

Міністерство освіти і науки України  
Державний заклад  
„Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка”

**О. А. Сєваст’янова**

# **ПЕДАГОГІКА ТУРИЗМУ**

*Навчальний посібник  
для магістрантів зі спеціальностей „Туризм” та „Готельно-  
ресторанна справа” денної та заочної форм навчання*

Луганськ  
ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”  
2010

УДК [378.011.33:338.48](075.8)  
ББК 65.433я73  
С28

**Рецензенти:**

*Штефан Л. А.*

– доктор педагогічних наук, професор кафедри історії педагогіки та порівняльної педагогіки Харківського національного педагогічного університету.

*Волкова Н. П.*

– доктор педагогічних наук, професор, кафедри практичної психології Дніпропетровського університету економіки та права.

*Омельченко С. О.*

– доктор педагогічних наук, професор кафедри теоретичних та методичних основ фізичного виховання Слов'янського державного педагогічного університету.

**Сєваст'янова О. А.**

С28 Педагогіка туризму : навч. посіб. для магістрантів ден. та заоч. форм навч. зі спец. „Туризм” та „Готельно-ресторанна справа” / О. А. Сєваст'янова ; Держ. закл. „Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка”. – Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2010. – 237 с.

У навчальному посібнику розглядаються актуальні питання педагогіки туризму, спрямовані на посилення професійно-педагогічної підготовки майбутнього фахівця. Навчальний посібник структурований відповідно до модульної програми з курсу „Педагогіка туризму”, має два модуля: модуль А „Загальні основи педагогіки туризму” та модуль Б „Майстерність в професійній діяльності фахівців в сфері туризму”. Поряд з цим пропонується термінологічний словник, питання для самоперевірки, контрольні тести, завдання до організації самостійної роботи магістрів та список використаних джерел. Матеріали, представлені у навчальному посібнику, сприяють ефективній підготовці до практичних занять та допомагають при самостійному вивченні окремих тем; надають методичну допомогу в оволодінні механізмом педагогічної взаємодії в роботі з магістрантами.

Розрахований на студентів, магістрантів, викладачів, а також усіх, хто цікавиться актуальними питаннями сучасної туристської освіти.

УДК [378.011.33:338.48](075.8)  
ББК 65.433я73

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка  
(протокол № 12 від 25 червня 2010 року)*

© Сєваст'янова О. А., 2010

© ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2010

## Зміст

<b>Вступ</b> .....	4
<b>МОДУЛЬ А. ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ ПЕДАГОГІКИ ТУРИЗМУ</b> .....	6
<b>Тема 1.1</b> Психолого-педагогічні аспекти професійної освіти у сфері туризму.....	6
<b>Тема 1.2</b> Туризмологія – синтетична галузь соціогуманітарного знання, загальна теорія туризму.....	14
<b>Тема 1.3</b> Педагогіка туризму як самостійна галузь педагогічної науки.....	28
<b>Тема 1.4</b> Методологічні й теоретичні основи дослідження про- блем туризму в туризмології.....	39
<b>Тема 1.5</b> Моніторинг якості туристської освіти.....	54
<b>Тема 1.6</b> Використання сучасних освітніх технологій підготовки фахівців у сфері туризму.....	71
<b>Тема 1.7</b> Міжнародний досвід туристської освіти.....	81
<b>МОДУЛЬ Б. МАЙСТЕРНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ</b> .....	99
<b>Тема 2.1</b> Педагогіка іміджу туристської фірми.....	99
<b>Тема 2.2</b> Виховання. Закономірності, принципи, методи туристського виховання.....	114
<b>Тема 2.3</b> Педагогічна майстерність в професійній діяльності фахівців сфери туризму.....	134
<b>Тема 2.4</b> Ораторське мистецтво в екскурсійній діяльності.....	157
<b>Тема 2.5</b> Стили керівництва туристичною фірмою.....	167
<b>ДОДАТКИ</b> .....	176
Додаток А. Контрольні тести „Перевірте свої знання”.....	176
Додаток В. Матеріали до організації самостійної роботи магістрантів.....	199
<b>Теми рефератних робіт</b> .....	210
<b>Питання для самоперевірки</b> .....	211
<b>Термінологічний словник</b> .....	213
<b>Література до курсу в цілому</b> .....	230

## ВСТУП

Туристична галузь в останні десятиліття перетворюється на могутній чинник розвитку не тільки економіки, культури, політики, але стає одним з потужних рушіїв поступу цивілізації. Тобто туризм із засобу задоволення цікавості небагатьох мандрівників, прочан тощо перетворився на розмаїтий за своїми проявами соціальний феномен.

Глобальні процеси, що відбулися в туристській індустрії світу не оминули й Україну. Ціла низка державних правових документів, що регулюють туристську діяльність на теренах нашої країни, – свідчення великого значення, яке має туристична діяльність для нашої молодой держави.

Для цивілізованого ведення туристської справи в Україні вкрай необхідні висококваліфіковані фахівці з вищою освітою. Для того, щоб такі фахівці з'явилися їх потрібно навчити, тобто надати можливість оволодіти певними знаннями, сформувати в них певні специфічні саме для обслуговування туристів якості особистості.

Саме виходячи з таких міркувань було започатковано новий напрям підготовки „Туризм” та розпочато роботу по формуванню нового напрямку педагогічної науки і практики – педагогіки туризму.

*Метою* пропонованого посібника є надання допомоги в організації процесу навчання у вищій школі, у здійсненні активного взаємозв'язку всіх учасників навчального процесу, що створює сприятливі умови для розвитку професійного мислення магістрантів, формування навчально-пізнавальної активності й творчого використання знань у навчальних умовах.

Навчальний посібник «Педагогіка туризму» відображає сучасний теоретичний та практичний рівні загальнопедагогічної та технологічної підготовки магістрантів зі спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форми навчання.

У навчальному посібнику розкриваються актуальні питання педагогіки туризму, спрямовані на посилення професійно-педагогічної підготовки майбутнього фахівця.

Навчальний посібник структурований відповідно до модульної програми з курсу «Педагогіка туризму», він має вступ, два модуля: модуль А «Загальні основи педагогіки туризму» та модуль Б «Майстерність в професійній діяльності», додатки, список використаної літератури.

Перший модуль розкриває психолого-педагогічні аспекти професійної освіти у сфері туризму, загальну теорію туризму, методологічні і теоретичні основи дослідження проблем туризму в туризмології, моніторинг якості та міжнародний досвід туристської освіти.

Другий модуль присвячено майстерності фахівця в професійній діяльності сфери туризму. Розглядається педагогіка іміджу туристської фірми, визначаються закономірності, принципи та методи туристського виховання, охарактеризовано ораторське мистецтво в екскурсійній діяльності та стилі керівництва туристичною фірмою.

У посібнику також представлено теми рефератних робіт, питання для самоперевірки, у розділі «Додатки» подано контрольні тести та індивідуальні завдання до організації самостійної роботи магістрантів. Також автором надається термінологічний словник та список використаних джерел.

Навчальний посібник не претендує на всебічні відповіді на всі питання підготовки фахівців з педагогіки туризму. Він складений у відповідності з робочою програмою підготовки магістрів цього напрямку, розробленою кафедрою педагогіки психолого-педагогічного факультету Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Основна його частина включає до себе тексти лекцій з відповідним методичним апаратом, які читаються в магістратурі ЛНУ імені Тараса Шевченка в Інституті торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму.

Автор сподівається, що це видання стане у пригоді всім робітникам туристичної галузі – як теоретикам, так і практикам.

## МОДУЛЬ А. ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ ПЕДАГОГІКИ ТУРИЗМУ

### Тема 1.1 Психолого-педагогічні аспекти професійної освіти у сфері туризму.

#### План:

1. Туризм – чинник соціальної і культурної інтеграції. Вдосконалення системи професійної освіти в туризмі.
2. Документи, що визначають стратегічні завдання і шляхи розвитку в туризмології.
3. Психолого-педагогічна підготовка фахівців сфери туризму. Вимоги до навчально-освітнього процесу.
4. Проблема підготовки кваліфікованого персоналу для сфери туризму в Україні.

Туризм сьогодні стає одним з основних елементів цивілізованого світу, його по праву називають феноменом ХХІ століття. Визначаючи виключно важливе значення туризму в його економічній функції, не можна не згадати про те, що одночасне *«туризм став визнаним чинником соціальної і культурної інтеграції»* (Ф. Франжюлі).

Формуючи світовий соціально-педагогічний і культурно-економічний простір і зайнявши провідне місце в світовій економіці, вільному обміні ідеями і цінностями культурно-історичної спадщини туризм виступає і як ефективний засіб виховання полікультурної толерантності. При цьому розвиток туризму актуалізує проблему підготовки фахівців в системі професійної туристської освіти, в її різних проявах: індустріальному секторі, соціальних рухах і об'єднаннях, культурно-пізнавальній і туристській діяльності, туристській освіті, навчанні і вихованні.

Проблема кадрових ресурсів тісно пов'язана з актуальними аспектами етичного і естетичного туризму, що зберігає навколишню культурну і природну середовища. ***Професійна освіта в туризмі формує вигляд фахівця, відповідального за цілісний розвиток туристського руху.***

Держава повинна бути зацікавлено в розвитку, як туризму, так і туристської освітньо-педагогічної парадигми, надання цим сферам *пріоритетного державного значення*.

Основними передумовами розвитку туризму є формування ефективно діючої системи підготовки фахівців туристського профілю. У зв'язку з цим *задача* вдосконалення організації навчального процесу в підготовці фахівців туристської діяльності, формування їх професійних і ділових якостей висувається в якості провідної задачі як програми подальшого розвитку сфери туризму, так і становлення туристської освітньо-педагогічної системи.

Потреба вдосконалення системи професійної освіти в туризмі викликана соціальним замовленням суспільства:

- сьогодні міняються вимоги до рівня якості підготовки випускника з боку працедавців, а, отже, і до педагогічної діяльності;
- виникає потреба в розробці такої моделі профосвіти туризму, яка відповідала б вимогам часу і забезпечувала стійке становище спеціалізованого навчального закладу на ринку освітніх послуг.

Рівень економічного розвитку країни напряму залежить від рівня кваліфікації робочої сили. Відповідно розвиток системи освіти пред'являє підвищені вимоги до якості підготовки фахівців.

Від *сучасного навчального закладу потрібне* упровадження нових підходів до навчання, що забезпечують разом з його фундаментальністю розвиток комунікативних, творчих і професійних компетенцій, потреб в самоосвіті на основі потенційної багатоваріантності змісту і організації освітнього процесу.

Зміст професійної туристської освіти детально розкривається в працях В. Федорченка, В. Цибуха, В. Квартального та інших зарубіжних і вітчизняних учених.

В. Федорченко, М. Фоменко, М. Скрипник, Г. Цехмістрова домінуюче місце серед змін в освітньо-педагогічній парадигмі відвели новим еталонам змісту професійної освіти, орієнтованим на підготовку фахівців для різних

галузей виробництва. У зв'язку з цим **виникає необхідність розробки педагогіки туризму як цілісної системи**, до складу якої повинні увійти методологічні установки спільних наукових систем: **філософії, психології, соціології, методики**.

При цьому необхідно відзначити, що антропологічна і ціннісна функції філософії туризму підкреслюють: *головна ставка в туризмі робиться на людину, на її оточення*.

**Туристичне спілкування** – одна з універсальних форм міжособистісного спілкування, яка в умовах інтернаціоналізації і глобалізації життя людей втілюється в один з найважливіших чинників, що визначають якість життя людства. Не випадково туризм визначають як ефективний канал «народної дипломатії». В цьому сенсі великий гуманістичний потенціал мають такі різновиди туризму, як соціальний, сімейний, молодіжний, релігійний, а також туризм для людей немолодого віку та інвалідів. Можна повністю погодитися із твердженням французького професора *М.Бідо*, що «*туризм співзвучний з гуманізмом*». Філософія туризму теоретично «санкціонує» соціальні, етичні інтенції туризму, підтверджуючи тим самим його благородну гуманістичну місію сприяти духовному удосконаленню суспільства, виступати впливовим чинником розвитку особистості.

Актуальність піднятих питань в області туризмології в наш час підтверджують наступні **документи**: основні положення Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., Закону України «Про туризм», Міжнародних правових актів з питань врегулювання туристичної діяльності (зокрема, Кодексу туриста, хартії туризму, Глобального етичного кодексу туризму і т.д.). Ці **документи визначають стратегічні завдання, основні напрями і шляхи розвитку туризму**, що, у свою чергу, висуває методологічні, теоретичні і практичні завдання перед **педагогікою туризму**, яка має свої **з а к о н о м і р н о с т і**:

- **визначальна роль спілкування у вихованні туриста**. Існуючі в психолого-педагогічних дослідженнях дані показують, що особливості розвитку особистості залежать від умов, засобів, способів і форм спілкування. Основна функція спілкування в туристському вихованні полягає в обміні результатами пізнавальної діяльності між індивідуумами, воно взаємозв'язане з емоціями, які грають роль регуляторів людського спілкування.



Позитивні емоції підвищують здібність до запам'ятовування і відтворення. Емоційно насичені аксіологічними образами туристсько-екскурсійні маршрути формують особистість, розвивають її психологічні процеси і поведінку;

- **цілісність процесу виховання в туризмі і взаємозалежність його компонентів.** Педагогіка туризму керується виховною метою як наочною реалізацією ідеалу, законами виховання;

- **залежність результатів виховання не тільки від освітньо-виховної діяльності, але і від реальних умов.** Полікультурне середовище, в якому знаходиться турист, оптимізує не тільки психологічні процеси, але і процеси розвитку особистості, соціальні відносини.

За ситуації, коли туризм все більш приймає ринкові форми функціонування, на ринку праці потрібні професіонали, що володіють специфічними технологіями і програмними продуктами, що знають основи просування турпослуг, комунікативно-психологічні особливості спілкування з клієнтами і т.д.

Безперечним мотивом введення інноваційного підходу в рішення даної проблеми є той факт, що у всьому світі в підготовці кадрів для туризму пріоритетна увага надається дисциплінам, пов'язаним з психологією спілкування, психологією впливу, менеджментом і економікою турорганізацій, а так само методикам розв'язання конфліктів.

**Основним психолого-педагогічним аспектом** вітчизняної професійної освіти у сфері туризму є діяльно-творча функція (збагнення і усвідомлення кожним студентом свого місця в світі туризму, розвиток особових, інтелектуальних, культурних і духовно-етичних якостей як фахівця). Відповідно до цієї функції **психолого-педагогічна підготовка** фахівця сфери туризму вимагає досягнення органічної єдності теорії і практики, навчання і виховання, взаємозв'язку і спадкоємності викладання природничонаукових, гуманітарно-філософських і прикладних дисциплін.

Україна – країна з великим курортно-туристським потенціалом. Одним з найважливіших **напрямів** розвитку України є **розробка і реалізація стратегії раціонального використання її**

*рекреаційних ресурсів*. Для цього необхідне рішення багатьох проблем, серед яких – підготовка і забезпечення суб'єктів рекреаційної сфери високопрофесійними і конкурентоздатними кадрами. А пріоритетність розвитку туристсько-оздоровчого комплексу означає також розвиток всієї необхідної інфраструктури, яка теж потребує кваліфікованих кадрів.

Реалії сьогодення диктують нам нові підходи до формування освітнього процесу. Необхідно розробляти і приймати концепції розвитку в туризмології з орієнтацією на потреби місцевого ринку праці.

**Фахівець туристської діяльності повинен мати** високий потенціал управлінської і виконавської діяльності, реалізований в різних напрямках туристської, рекреаційної і спортивної роботи, орієнтуватися в різноманітних соціально-економічних і організаційно-технічних проблемах. Йому повинні бути властиві економічне мислення і широта поглядів, господарська обачність і заповзятливість, навик аналітичної оцінки ситуації, ініціативність і соціальна активність, знання психології людей і основ конфліктології.

Аналіз досвіду сучасних педагогів-новаторів показує, що найефективнішим напрямом підвищення якості будь-якого освітньо-виховного процесу є створення таких психолого-педагогічних умов, в яких той, що навчається, зможе зайняти активну особистісну позицію і повною мірою розкритися не тільки як об'єкт виховання, але і як суб'єкт, здатний до творчого самовдосконалення.

Якщо говорити про управління **процесом підготовки фахівців**, формування і становлення їх не тільки як професіоналів, але і особистостей, потрібно відзначити нові підходи і методи викладання спеціальних і допоміжних дисциплін з використанням ігрових і проблемних методів навчання, моделювання виробничих і життєвих ситуацій, використання психолого-педагогічних і адаптаційних тренінгів. В навчально-освітньому **процесі** повинні активно використовуватися:

- **діалогові, дискусійні ситуації**, що виходять за межі об'єму знань, що вивчаються, вимагаючи як самостійного, так і колективного рішення поставленої проблеми;

- **тренінгові заняття, що** допомагають студентам використовувати набуті знання в ситуаціях реального життя, в осмисленні конкретних проблем, в самостійному пошуку рішення;

- **ролеві, ділові ігри,** в ході яких виділяються компоненти навчального процесу, що безпосередньо впливають на формування таких якостей, як компетентність, автономність, комунікативність;

- **ігрові і цікаві заняття** для закріплення матеріалу, мотивації і психологічної розрядки.

В процесі навчання робиться акцент на те, що в туристській індустрії людина і людський чинник мають значно більше значення, ніж сучасні мультимедійні технології або новітні теорії індустрії гостинності. Люди, зайняті в готельному бізнесі, повинні бути орієнтовані на клієнта.

Упровадження в навчальний процес *інноваційних форм навчання* сприяє тому, що для вирішення навчальних задач студенти самі починають використовувати разом з традиційними нетрадиційні форми навчання. Тим самим вони стають не об'єктами, а суб'єктами комунікативного спілкування з викладачем. Це принципово важливий момент в педагогіці співпраці.

Відповідність змісту вимогам майбутньої професійної діяльності, зв'язок навчання з виробничою практикою, навчання на робочому місці, взаємозв'язок теоретичних курсів з практичними предметами, тривале стажування на робочих місцях під час навчання в навчальному закладі – ось те, що формує *основу* висококваліфікованих *фахівців сфери туризму*.

Результати навчальної діяльності знаходяться в прямій залежності від співвідношення рівнів теоретичної і практичної підготовки. В туристському навчанні особливо важливе формування професійних навиків в ході проходження практик, які виявляють здібності тих, хто навчається, до впорядкування інформації, отриманої під час теоретичних занять. Крім перевірки здатності студента до розвитку професіоналізму, значення практик полягає ще і в тому, що вони сприяють розвитку комунікативних навиків, формують позитивне ставлення до роботи.

**Сучасний розвиток туризму** в Україні є одним з провідних економічних і соціально-культурних чинників, проблема

підготовки кваліфікованого і конкурентоздатного персоналу для сфери туризму залишається актуальною.

Таким чином, для вирішення цієї проблеми необхідні:

- інтеграції науки і практики сфери туризму, взаємозв'язки між освітою і індустрією, тобто координація спільної діяльності освітніх закладів, підприємств, організацій і установ туристської сфери;
- оновлення і переорієнтація системи професійно-педагогічної, професійно-психологічної і методичної підготовки і перепідготовки кваліфікації фахівців вищої школи;
- включення в навчальні програми туристських спеціальностей курсів «Введення в спеціальність», «Педагогіка і психологія професійної діяльності»;
- забезпечення спеціалізованих навчальних закладів навчально-методичними посібниками з туризму, психології і педагогіки, професійної орієнтації.

Очікуваним результатом рішення приведених вище задач передбачається створення стійких передумов розвитку туристського сектора ринку праці, і системи професійної освіти у сфері туризму.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Чим викликана потреба вдосконалення системи професійної освіти в туризмі?
2. Доведіть гуманістичний потенціал туризму.
3. Яка правова база туризму в Україні?
4. Які закономірності має педагогіка туризму?
5. Які вимоги подаються до сучасного фахівця в галузі туризму?
6. Що необхідно для вирішення проблеми підготовки висококваліфікованих фахівців в галузі туризму?

### **Рекомендована література:**

1. Дехтяр В.Д. Основи оздоровчо-спортивного туризму: Навч. посібн. для закл. освіти. – К.: Наук. світ, 2003. – 203 с.

2. Жолдак В.И. Основы менеджмента в спорте и туризме: организационные основы: Учебник. – Т.1. – М., 2001. – 288 с.

3. Косинская Е.А. Особенности кадрового обеспечения рекреационной сферы Крыма в современных условиях / Е.А. Косинская, И.Д. Омельчук // Вопросы физической и духовной культуры, спорта и рекреации: Сб. научн. трудов: Материалы IV Всеукраинской конференции «Перспективы развития физической культуры, спорта и туризма». – Т.2. – Симферополь, 2006. – С. 161-165.

4. Пазенок В.С. Філософія туризму: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.

## Тема 1.2 Туризмологія – синтетична галузь соціогуманітарного знання, загальна теорія туризму.

### План:

1. Проблематика туризму в історико-філософській літературі.
2. Гуманістична функція туризму.
3. Антропологія туризму.
4. Проблеми безпеки і правового захисту особи в туризмі.

**Туризм** – складний соціокультурний і історичний феномен, який з форми проведення дозвілля і способу проведення вільного часу поступово перетворився на чинник світового значення нового тисячоліття, на чинник багатоплановий: *економічний, соціокультурний, комунікативний, міжнародний*. Науковому збагненню туризму служать міжнародні академії і наукові центри. Проте на початку своєї історії туризм виглядав зовсім іншим – швидше за все суб'єктивним способом задоволення потреб особистості у пізнанні і осмисленні навколишнього природного і соціального світу, а наукове збагнення туризму проходило в руслі загальнокультурної і філософської традиції.

*Стів Фоссет* – американський мандрівник, який в червні 2002 року на повітряній кулі, після 10-річних шести спроб здійснив свою мрію – кругосвітню подорож. Мабуть, Стів – один з сучасних мислителів, який підійшов до туризму з філософських позицій, вважаючи, що подорож – це останній виклик, який людина робить природі. А перші спроби осмислити подорожі сягають своїми коренями античних часів.

Майже всі античні мислителі так чи інакше подорожували або мали відношення до феномену подорожей. *Діоген Лаєрцій*, характеризуючи стиль життя Сократа, відзначав, що в молоді роки Сократ з Архелаєм їздив на Самос, був в Дельфах, а також на Істмі. Сократ віддавав належне духовному аспекту туризму – розказують, що одного разу йому вказали на людину, якої подорожі нітрохи не змінили і не збагатили, на що мислитель відповів: „*Охоче вірю, адже в подорож він возив себе самого*”.

Ще один філософ, скептик Піррон, не подорожував лише тому, що він свого часу став воїном Александрової армії і дійшов з нею аж до Індії, що назавжди задовольнило його інтерес до подорожей, життя, що йому залишилося, він прожив в рідному місті Еліді.

Ксенофан, допитливий, схильний до критики філософ, який майже все життя провів в тривалих мандрах по містах Стародавньої Греції, а під кінець життя поселився в Елеї, відомому нам місті, де пізніше виникло навчання елеатів.

Мандрівний стиль життя сповідали софісти як мандрівні вчителі мудрості і, можливо, їх плідна в соціально-політичному значенні ідея щодо природної рівності людей народилася саме в результаті постійних мандрів. Багато подорожували представники різних філософських шкіл античності: Фалес і Солон, Піфагор і Платон, Анахарсис і Прокл.

Подорожі для більшості античних мудреців і мислителів виступали також способом навчання через діалоги і суперечки, обміну думками, а з другого боку – способом проведення дозвілля, реалізацією природного інтересу до пізнання навколишнього середовища.

*Піфагор* – здійснював подорожі з просвітницькою метою і з метою ознайомлення з святинями і культурою Стародавньої Греції.

*Платон* – з науковою метою разом з іншими учнями Сократа їздив в Мегари до Евкліда, тоді в Кирену до математика Феодора, до Італії до піфагорійців. Він відзначає, що „*філософу необхідно бути допитливим спостерігачем явищ природи*”.

*Аристотель* після смерті Платона в 347 р. до Р.Х. також багато подорожував.

Таким чином, **подорожі античних філософів:**

- мали поліфункціональний духовно-культурний, суб'єктивний характер;

- відображали динаміку і енергію внутрішнього світу більшості мандруючих мислителів (Прокл вважав, що філософ повинен бути не священнослужителем одного або декількох міст, а ієреєм всього світу).

Філософи подорожували з метою:

- вчитися самим і учити інших;

- відвідати видатних мислителів і прилучитися до їх мудрості;

- ознайомитися з іншою культурою і принести досягнення своєї культури іншим народам.

**Туризм** – це *соціокультурний феномен*. Середньовічна замкнута культура своєрідно розвивалася на світоглядному відношенні до подорожей: *„світ середньовічної людини був невеликим, зрозумілим і зручним для нагляду. В цьому світі не було невідомих областей, небо було так само добре вивчено, як і земля, ніде не можна було загубитися. Перехожий, який збивався з дороги, знаходив рідні місця, зустрічав знайомі обличчя”*. Подорожі в період раннього середньовіччя були небезпечним і тривалим заходом”, - відзначає О. Гуревич.

Головним суб'єктом подорожей, на відміну від античних мудреців, вчених, філософів, у середньовіччі ставали святі. Розповіді про їх подорожі виглядали незвичайними для пересічної людини. В світогляді людини тієї епохи змішувалися фізичні і духовні плани, абстрактні сутності і земні символи, тому святі могли за єдину мить пройти величезний шлях. Чорнокнижник Абелья за годину пройшов від Рима до Вавилону.

Епоха Ренесансу вносить нове забарвлення в розуміння подорожей. Відомий мислитель XVI століття *Мішель Монтень* багато подорожував і переживав не тільки захоплюючі і цікаві пригоди – він був і пограбований, скривджений, обдурений, проте відзначав, що якби його позбавили можливості мандрувати, то це було б сприйнято їм як суттєве обмеження життєвої свободи. *„Я ніколи не відправляюся в дорогу, не прихопивши з собою книг... Вони якнайкращі знаряддя, якими я б міг спорядитися для земної подорожі”*, - указує Монтень в своїх знаменитих „Дослідах”.

Подібне ставлення до подорожей розвинув видатний мислитель *Блез Паскаль*. Французький мислитель і учений вважав, що туристичні подорожі є прекрасним засобом уникнути повсякденної неминучості, яка лякає повторенням одних і тих же форм життєдіяльності. Він писав: *„Якби не уміли розважатися, ми б відчули таку стомливу нудьгу, що прагнули б вилікувати її засобом не таким ефемерним”*.



Таким чином, в період Середньовіччя і Ренесансу подорожі втрачають дещо пізнавальну функцію порівняно з античністю, натомість вони набувають антропологічного виміру і стають одним з численних проявів людської свободи.

В Новий час подорожі набувають нову функцію – вони стають організованою формою отримання і розширення освіти.

В сучасній туризмології затвердилася думка щодо важливості комунікативної ролі туризму, яку також підтримував англійський мислитель *Френсис Бекон*. Він пише, що у чужих краях слід намагатися не приєднуватися до групи співвітчизників, а навпаки – знаходити добру співдружність місцевих жителів. *«щодо знайомств, які необхідно шукати під час подорожей, то найкорисніші знайомства з секретарями та урядовцями при посланцях, тому що у такий спосіб, подорожуючи однією країною, можна одержати відомості про багатьох»*. Знайомства, заведені під час подорожі, на думку англійського філософа, варто підтримувати листуванням.

Для реалізації пізнавальної функції подорожей, щоб *„за короткий час зібрати багатий урожай”*, Фр. Бекон вказував на ряд умов:

- знання мови країни, в яку збирається мандрівник, або „частково ознайомитися з мовою”;
- необхідно при собі мати карту, книги про країну;
- ведення щоденника;
- здійснювати подорож динамічно, частіше переїздити з одного міста в інше, а в самому місті також частіше змінювати місця перебування.

Таким чином, можна зробити висновок, що в розумінні мислителів Нового часу *подорож є необхідним елементом активного соціального життя*, що дозволяє людині зануритися в інший („навчаючий”) світ. Земля фактично перетворюється на Планету мандрівників.

***Епоха Просвіти і туризм.*** Жан Жак Руссо – письменник, музикознавець, філософ, політолог вже в юнацькому віці пізнавав любов до тривалих подорожей, які назавжди залишилися для нього незамінною школою вивчення життя народу. У Руссо була схильність до зміни місць. Він здійснює тривалу подорож по Швейцарії – з Женеви до Лозанни, далі поїздка в Не-

вшатель, і до Берну. З Швейцарії він наслідуються йти пішки до Парижа, з Парижа – до Ліона, з Ліона в Шамбері. Ідеї Руссо щодо цінності громадянськості були навіяні його незабутніми подорожами. А вивчення побуту, життєдіяльності і світоглядних смаків народу вплинули на формування політичної позиції видатного мислителя гуманіста і демократа щодо важливості здійснення безпосереднього народовладдя.

Буржуазні перетворення суспільного устрою радикально змінили майже всі сторони життя людини, тому не залишився осторонь і феномен туризму і способи його осмислення. Прагматичними стають мотиви подорожей. Необхідно відзначити, що **Наполеон Бонапарт** на межі XIX століття революціонізував у Франції і сферу туризму: він, зокрема, наказав видавати спеціальні брошури, в яких давався опис знаменитих місць імперії, заохочував відвідини нової Франції численними туристами.

Починаючи з XX століття, туризм стає об'єктом дослідження не тільки філософії, але і інших наук – економічних, соціологічних. Виразно туристські мотиви є видимими в такому філософському напрямі, як **екзистенціалізм**. Звертаючись до твору *Ж.П.Сартра „Мухи”*, ми розуміємо, що включення в його фабулу туристської проблематики не є випадковим. Головний герой п'єси Орест, який мандрує з вчителем, лає „місто, яке, мабуть, туристів в очі не бачило”. Сартр, у властивій йому манері літературно-філософської творчості показує обізнаність з античною традицією здійснювати подорожі ради вивчення нового, в найширшому значенні – науки, культури, форм життєдіяльності людей іншого світу.

Коротко щодо **вітчизняної спадщини осмислення туризму**. Починаючи з „мандруючого Сократа України” Григорія Сковороди багато хто з мислителів нашої держави знаходили в туризмі джерело натхнення і розширення наукового кругозору. Так Агатангел **Кримський** (1871-1942) історик, філолог, етнограф, філософ, після наукової подорожі до Лівану (1896-1898) почав органічно сполучати сходознавство з виключно плідною роботою у сфері українознавства.

Новий поштовх звернення до феномена туризму був наданий філософами „Київської школи” на новій межі століть – В.

Пазенком, В. Табачківським, В. Малаховим, А. Єрмоленко, іншими науковцями.

Туристська галузь суспільства вимагає ґрунтового наукового осмислення, в якому філософське знання виконує інтеграційну, методологічну, аксіологічну і світоглядну функцію.

Проблема гуманізму в наші дні утворює своєрідний епіцентр соціогуманітарних наук. Виникнувши за античної доби, філософський гуманізм – вчення про смислоутворюючі аспекти людського життя, сенс існування особистості – поряд з філософською антропологією і іншими науками про людину, яких налічується більше сотні, прагне усвідомити ситуацію людини в сучасному співавторстві, провести ціннісні орієнтири її поведінки, адекватні часу. В громадській свідомості все більш чітко усвідомлюється необхідність вироблення нового уявлення про особистість соціуму кінця ХХ – початку ХХІ століття, підкреслюється важливість аксіологічного відношення до життєдіяльності індивіда, його взаємозв'язків з суспільством і природою.

**Гуманізація вищої освіти** – поняття багатовимірне. Воно охоплює зміст освіти, способи її отримання, безпосередні і контекстуальні системні завдання, кінцеву мету освіти, міру доступності, можливість особистості у будь-який час почати певний освітній цикл і припинити його, а потім знову відновити його тоді, коли їй зручно і т.д. Важливим моментом в гуманізації вищої освіти має стати **не тільки розвиток особистості**, яка дістала освіту, але і **розвиток того соціального середовища**, в якому вже почала застосовувати знання відзначена особистість, або в якому вона ще тільки почне працювати після отримання освіти. Проте перш ніж охарактеризувати **складові поняття гуманізації вищої освіти**, необхідно з'ясувати його сутність, а для цього потрібно визначити поняття „*освіта*” „*гуманізація*” і „*гуманізм*” у вузькому і більш широкому розумінні.

В звичайному розумінні **гуманізм** значить забезпечення індивідів такою системою благ матеріального, соціального і культурного характеру, які б гарантували реалізацію прав людини. В більш широкому розумінні, **гуманізм** передбачає, то що держава створює загальні правові умови для громадян і суспільства індивідів, солідарного цивільного суспільства, які власними зусиллями реалізують людський потенціал своїх членів, що га-

рантуватиме їм можливість *самостійно вирішувати* питання власної екологічної безпеки, матеріального забезпечення умов життя, *вибору і реалізації* такого соціально-політичного режиму, який створював би передумови політичної, економічної і культурної свободи кожному індивіду за умови, що він не порушує свободу інших. Другий з відзначених типів гуманізму безпосередньо пов'язаний з суспільством активних, ініціативних і високоосвічених людей. Ці люди - не чекають манни небесної від держави, яка при такому пасивному очікуванні може набути якостей тоталітарної держави, або деспотичної системи, а своїми власними зусиллями і діяльністю гуманізують оточуючу соціальне середовище і соціальну структуру в цілому.

Могутнім чинником гуманізації міжнародних відносин, удосконалення міжособистісних контактів служить і такий соціальний інститут, як **туризм**.

Туризм грає виключно пріоритетну роль у формуванні „комунікативної культури”, адекватної нинішньому етапу переходу до цивілізації XXI століття. **„Комунікативна культура”** – основний елемент концепції „нового гуманізму” – синонім культури людських взаємостунків. Вона формується дією цілого ряду чинників: це і зв'язки у сфері бізнесу, і політичні переговори, і процеси, і культурні, освітні, інформаційні обміни, і етнічні зв'язки.

Проте туризм в структурі комунікативної культури займає особливе місце. Формування справжньої культури спілкування – річ непроста. Проте, украй необхідна, тому що спілкування – визначаюча умова існування людей як суспільних істот. Толерантність, така потрібна мікросередовищу – сім'я, сусіди, об'єднання співробітників, тим більше необхідна у відносинах представників різних соціальних систем, носіїв різного віросповідання, переконань і уявлень. Туризм здатний примиряти людей, його комунікативні, гуманістичні можливості дозволяють забезпечувати „інтерсуб'єктивне узгодження змісту і істини”. Для фахівців, які професійно працюють у сфері туризму, знання специфіки комунікативної культури, соціальних, гуманістично-орієнтаційних функцій туризму – обов'язкова ознака їх компетентності.

В даний час організацією туристської справи зайняті сотні міжнародних, національних державних і громадських організацій. Серед них:

1. Всесвітня туристська організація.
2. Міжнародна асоціація готелів.
3. Міжнародне бюро соціального туризму.
4. Європейський інститут вивчення і досліджень у галузі туризму.
5. Міжнародна академія туризму.
6. Вища школа туризму і готельного господарства (м. Гданськ, Польща).
7. Коледж туризму (м. Бургас, Болгарія).
8. Київський університет туризму, економіки і права і т.д.

Враховуючи накопичений досвід їх роботи, продемонстрований, зокрема, на міжнародних науково-практичних конференціях, проведених спільно з Вищою школою туризму і готельного господарства (Гданськ), здається доцільним і своєчасним об'єднання зусиль теоретиків і практиків туризму в справі *подальшої розробки теорії сучасного туризму як особливої суспільствознавчої науки і освітньої дисципліни – туризмології.*

**Проблематика туризмології** розглядає наступні питання:

- підвищення соціальної та економічної ефективності туристської сфери, її роль у формуванні культури міжособистісних відносин;
- теоретичні основи туризмології як галузі суспільствознавства;
- роль туризму в затвердженні гуманітарних цінностей: гуманітарна складова культури у сфері туризму;
- єдиний туристський простір і стандарти сфери гостинності;
- туризм і „народна дипломатія”, культурний туризм як один з пріоритетних напрямів діяльності ЮНЕСКО;
- наука про освіту фахівців туристської сфери;
- значення туризму для розвитку громадянського суспільства;

- правові аспекти сфери туризму;
- рекреаційні ресурси і проблеми екологічної безпеки;
- екологічний туризм і збереження природного спадку як чинник сталого розвитку суспільства;
- туризм як важливий чинник інтеграції України в європейську і світову співдружність.

Проблеми гуманістичної функції туризму є предметом комплексного обговорення на згаданих Міжнародних конференціях.

**Туризм є багатограним феноменом:** це – і могутній чинник економіки, і впливовий соціальний інститут, і сфера культури, що сприяє духовному збагаченню людства. Він має ще один дуже важливий вимір: *антропологічний*, або „людський”.

Для того, щоб більш точно дати визначення, що саме вивчає антропологія туризму, слід заздалегідь визначити деякі поняття, якими ми маємо оперувати. Слід розрізняти такі поняття, як „*туристська діяльність*” і „*туристська дія*” або „*туристська активність*”.

Під „*туристською діяльністю*” слід розуміти професійну діяльність у сфері туризму, в якій суб'єктом діяльності виступає туристична фірма, туроператор, турагент.

У такому разі людина, яка купує продукт, вироблений цими економічними агентами, тобто турист, виступає об'єктом цієї діяльності. Отже, *туристська діяльність* – це в першу чергу професійна діяльність, суб'єктом якої є економічні агенти – туристичні підприємства, а об'єктом – споживач виробленого цими підприємствами продукту, тобто турист.

З іншого боку турист – це не професія. Навпаки, це винятково „аматорська” діяльність. Не дарма словник Вебстера визначає туриста як того „*хто здійснює подорож ради задоволення або із зацікавленості*”. Тому для позначення діяльності саме туриста має сенс використовувати поняття „*туристська дія*” або „*туристська активність*”. У такому разі турист виступає суб'єктом дії, а вже не її об'єктом. Використовування такого поняття наближає нас саме до антропологічного аспекту туризму –

як дії, яка визначена певними потребами людини, дії, метою якої є задоволення цих потреб.

Під **антропологією туризму** розумітимемо філософську теорію, яка розглядає *туризм як різновид людської дії, активності, метою якої є задоволення потреб людини за рахунок здійснення не вимушеної іншими чинниками подорожі*. Невимушеність туристської подорожі є відмінністю, яка пов'язана з наступним: туризм так чи інакше – ця дія, яка направлена **на задоволення людських потреб**. Залишається з'ясувати, а яких саме?

В науковій літературі існують різні **класифікації людських потреб**.

Первинні ототожнюються з матеріальними, тобто потребами людського тіла (фізіологічна потреба в їжі, воді, захисту тіла від несприятливих погодних умов, статева потреба);

Вторинні – з тими, що виникають в результаті існування людини в соціальному оточенні.

Інша класифікація використовує поняття *гостьових (вітальних) потреб*, тобто таких, які пов'язані з фізичним існуванням людини, *соціальних* – потреб щодо завоювання певного соціального статусу, визнання з боку інших, самоутвердження і самореалізації в соціумі. Окремо виділяють *духовні потреби*, пов'язані з інтелектуально-емоційним життям людини, з її рефлексією і саморефлексією. Нарешті ще одна класифікація потреб людини належить американському соціопсихологу А.Маслоу. Ця класифікація навіть дістала назву „піраміди Маслоу” і є варіантом ієрархізації матеріальних (гостьових, фізіологічних), соціальних і духовних потреб людини.

Всі ці класифікації значною мірою перетинаються і майже не суперечать одна одній. Тому використовуватимемо такий умовний розподіл:

1) *вітальні (гостьові) потреби*, або матеріальні чи фізіологічні (потреби тіла);

2) *соціальні потреби* – потреби, які формуються через спілкування з іншими, через життя в певному соціумі, соціальному середовищі: потреба в самоутвердженні, самореалізації, у визнанні з боку інших і т.д.;

3) *духовні потреби* – потреба в пізнанні (інтелектуальна), моральна потреба, естетична потреба.

Цей розподіл, певною мірою, умовний: соціальні потреби нерідко містять в собі духовну складову, а духовні – формуються (і реалізуються) за участю потреб соціальних, а часто і під впливом вітальних (гостьових) потреб.

**Турист**, як ми вже говорили – це особа „яка здійснює подорож ради задоволення або із зацікавленості”. Зацікавленість пов'язана з новизною, з новим загостреним сприйняттям, які виникають при зустрічі з чимось незвичайним, незнайомими. На перший погляд, здаватиметься, що зацікавленість є проявом інтелектуальної, а отже, духовної потреби. Проте, з нашої точки зору, зацікавленість є проявом і іншої, *вітальної потреби* – в *розширенні життєвого простору свого буття*. Турист, як правило, розкаже: „я побував там-то і там-то”. Отже, він в своїх спогадах позначає місця свого перебування, суб'єктивно засвоює, навіть привласнює – хоча і у віртуальний спосіб – певний простір, робить його „своїм”. Саме такі записи можна розглядати як написи на чому-небудь, які залишають про себе туристи: на стінах, камінні, в горах, визначних пам'ятках культури. Безперечно, це віртуальне привласнення дійсності. Але не саме тому нам подобатися фотографуватися під час подорожей, збирати або купувати якісь предмети (сувеніри).

**Туризм** виступає як засіб задоволення і інших вітальних, тобто тілесних потреб. На перший план тут, безумовно, виступає можливість відновлення фізичного стану людини, оздоровлення, так би мовити відновлення тіла. Саме цю потребу задовольняє рекреаційно-реабілітаційний туризм. Туристів, які здійснюють подорож саме з цією метою, не випадково називають „відпочиваючими”. Полежати на прибережному піску під м'яким промінням сонця, занурити „своє тіло” в теплі хвилі синього моря чи океану, додатково прийняти процедури, від яких поліпшується фізичне відчуття – головна мета цієї категорії туристів, а саме тих, хто відправляється на курорти, особливо морські.

Доповненням, проте, дуже суттєвим, до цього виду туризму є ще одна з матеріальних потреб: харчування. Більш того, у ряді випадків ця потреба може стати домінуючою („гастрономічний туризм”). На сьогодні ресторанний, і взагалі, харчовий бізнес є невіддільною частиною – готельного, санаторно-



курортного і т.д. Значна частина рекламно-туристських проспектів надає інформацію про особливості кухні, яка чекає мандрівників, пропонуючи спробувати ексклюзивні, місцеві страви, спробувати напої.

**Соціальні потреби**, які можуть виступати мотивами до здійснення подорожей. Це – мотив соціального самоутвердження людини, потреба у визнанні з боку інших. Ця потреба може реалізовуватися по-різному. Так, вона є потребою в спілкуванні з іншими людьми, потребою в міжособистісній комунікації. Потреба в спілкуванні взагалі перетворилася в кінці ХХ - початку ХХІ століть в істотний чинник міжнародного туризму, коли західне суспільство зіткнулося з проблемою самотності. Самотність як стан незадоволеної потреби в спілкуванні є мотивом, який змушує здійснювати подорож, адже протягом неї виникають нові знайомства, формується, хоча і тимчасове співтовариство людей, суспільство. Життя наповнюється значенням, поновлюються соціальні зв'язки, повертається відчуття соціальної потреби. Туризм стає чинником індивідуальної надії.

Потреба в **соціальному** самоутвердженні реалізується через престиж турів – демонстрація певного соціально-економічного статусу за допомогою туризму. Престижні тури для певних соціальних груп є своєрідними „лейблом”, який свідчить про приналежність такого мандрівника до еліти. Тому здійснити такі тури, побувати, відпочити в певних країнах, зупинитися в певних готелях, дозволити собі певні розваги – це показати „хто є хто”. Мотив престижу дуже суттєвий мотив туристської активності.

З **соціальними** потребами пов'язані такі різновиди туризму, як діловий туризм, шоп-туризм, конгресний туризм, просвітницький туризм.

Які ж **духовні потреби** спонукають людину до туристської дії? Духовні потреби, як вже наголошувалося, - це потреби, які безпосередньо з фізичним існуванням не пов'язані. Проте вони пов'язані з рефлексією людини буття навкруги неї, свого місця в світі, з пошуками основ і сенсу буття. Ці потреби лежать в основі таких різновидів туризму, як паломницький, культурно-історичний, духовний, ностальгічний.

Паломницький – туризм, пов'язаний з релігійними смаками людини (паломництво до святих місць, які в певний час були пов'язані з релігійними подіями).

Ностальгічний – туризм, який характерний, як правило, для літньої вікової категорії туристів (відвідини людиною своєї етнічної батьківщини).

Сутність ностальгічного туризму яскраво виражають рядки О. Пушкіна:

„Знов відвідав я  
Той кут землі, де я провів вигнанцем  
Два роки непомітні. Вже багато часу пройшло з тих пір  
І багато змінилося в житті для мене.  
І сам, підвладний загальному закону  
Змінився я. Але тут знову  
Минуле мене охоплює живо».

Ефект пізнавання того, що вже було в житті, що було позитивно емоційно забарвлено – ось головне в ностальгічному туризмі.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Чому, на вашу думку, більшість античних філософів вважали подорожі найкращою формою і засобом освіти?
2. Чим середньовічні подорожі відрізнялися від античних?
3. Які функції закладені в сучасному туризмі?
4. Як розвивалося осмислення туризму в нашій країні?
5. Розкрийте поняття „гуманізм”.
6. Що вивчає туризмологія?
7. Що таке туристська діяльність?
8. Які існують класифікації людських потреб?
9. Які існують види туризму?

### **Рекомендована література:**

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., 1999.
2. Гуманізм: сучасні інтерпретації та перспективи. – К., 2001.

3. Гончаренко С., Мальований Ю. Гуманізація і гуманітаризація освіти // Шлях освіти. – 2000. - №2,3.
4. Філософський енциклопедичний словник. – К., 2002.
5. Філософія і культурологія туризму. – К., 2001.
6. Цінності в житті людини і суспільства // Філософія: навчальний посібник. Під ред. І.Ф.Надольного. – С.521-538.
7. Філософія її людські виміри і смисл. // Філософія: навчальний посібник. Під ред. І.Ф.Надольного – С.5-30.
8. Світогляд як духовно-практичний феномен // Філософія: навчальний посібник. Під ред. І.Ф. Надольного. – С.6-10.
9. Туризм у ХХІ столітті. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2002.
10. Международный туризм: правовые акты. – М., 2000.

### Тема 1.3 Педагогіка туризму як самостійна галузь педагогічної науки.

#### План:

1. Вступ до педагогіки туризму.
2. Педагогіка туризму: предмет, функції.
3. Основні категорії педагогіки туризму.

Немає потреби говорити про те, що економічний і культурний потенціал держави значною мірою залежить від стану туристської індустрії. В цьому значенні держава зацікавлена в розвитку, як туризму, так і туристської освітньо-педагогічної парадигми, надання цим сферам пріоритетної державної значущості.

Особистісне значення туристської освіти полягає в індивідуально мотивованому і стимулюючому ставленні особистості до власної освіченості. Як відзначає академік В. Кремінь : „для сучасного суспільства буде характерний тип людини, в особі якої сформований активний позитивне звернення: до планети Земля, до Батьківщини, до людства, до іншої людини і до самої себе, до праці, до власності, до сім'ї, до надбання матеріальної і духовної культури”. У вихованні такої людини необхідно сполучати в розумних межах орієнтацію на особистісні інтереси і інтереси суспільства, інших людей, учити правильно обирати життєві цілі, уникаючи крайнощів, як колективізму, так і індивідуалізму. Сьогодні доводиться визнати, що особистісно-орієнтовані цінності освіти тривалий час були підлеглі гіпертрофованим колективістським концепціям педагогічної діяльності.

В обґрунтовуванні перспектив розвитку туризмології в контексті педагогіки як на стратегічному, так і на тактичному рівнях неможливо без єдності державної, суспільної і особової складових, їх системного, інтегрованої сутності. ***Передумови розробки педагогіки туризму обкреслюються на основі врахування таких фактів і обставин:***

\* глибокого розуміння туризму як визначального чинника соціальної і культурної інтеграції, як прояву і інструменту культурної взаємодії, засобу самовдосконалення особистості, про що свідчать матеріали ВТО, міжнародних форумів;

\* усвідомлення всіма державами потреби інтеграції зусиль міжнародного туристського співтовариства для сталого розвитку туризму;

\* необхідність удосконалення технології галузі, що створює сприятливі передумови для нарощування потужностей індустрії туризму;

\* появи нових програм розвитку туризму, розробки оригінальних концепцій соціально-економічного зростання, охорони навколишнього середовища, в якій декларуються завдання туризму;

\* Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки, затвердженої Ухвалою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року, і прийнятим Верховною Радою України Законом „Про туризм” (18 листопада);

\* розробки проекту «Концепції підготовки працівників туристичної галузі».

В умовах становлення педагогіки туризму, теорії і практики туризму, наявності суттєвих змін в педагогічній теорії і виховній практиці, кожний дослідник цієї проблеми повинен проводити методологічні орієнтири. В структурі педагогіки туризму головне місце повинні займати методологічні принципи педагогіки туризму, методологічні основи туристського виховання, методологія туристської освіти і навчання, методологія управління туристською освітою.

**Методологічні принципи педагогіки туризму** вимагають розробки і обґрунтування основних елементів: мети, завдань, основних категорій. Дослідження методологічних основ туристського виховання, освіти і навчання вимагає теоретичного обґрунтування і практичної реалізації таких напрямів як:

- гуманізація і гуманітаризація педагогічного процесу; підготовка і професійне зростання викладачів;
- участь висококваліфікованих фахівців в підготовці персоналу для туризму;
- розробка і вдосконалення змісту туристської освіти;
- фінансове забезпечення системи працівників для галузі.

**Гуманізація туристської освіти** – поняття багатовимірне. Воно охоплює зміст освіти, способи її набуття, безпосеред-

ні і контекстуальні системні її завдання, кінцеву мету освіти, міру доступності, можливість особистості у будь-який час почати певний освітній цикл і припинити його, а потім знову відновити тоді, коли їй це буде необхідне. Важливим моментом в гуманізації туристської освіти має стати не тільки розвиток особистості (яка дістає знання), але і розвиток того соціального середовища в якій вона вже почала їх застосовувати, або в якій вона ще тільки почне працювати після отримання освіти.

Узагальнення підходів до категорії *гуманізації* дає можливість виділити наступні сутнісні характеристики:

- зміна освітньої парадигми: інформаційної на смислову;
- зсув пріоритетів освітнього процесу у бік розвитку психологічних, фізичних, інтелектуальних, моральних і інших сфер особистості фахівця замість простого оволодіння певною інформацією і формування певного круга умінь і навиків, що стає не стільки метою, скільки засобом досягнення мети оновленого освітнього процесу.

Це – *зосередження зусиль на вихованні людини* як цілісної творчої індивідуальності, вільної, самостійно мислячої особистості громадянина-гуманіста, здатного здійснювати обґрунтований вибір в багатоманітних навчальних, професійних і життєвих ситуаціях.

Це – *забезпечення* необхідних *організаційно-педагогічних, етично-психологічних* і інших умов для успішного досягнення відзначеної переорієнтації освітнього процесу.

*Гуманітаризація педагогічного процесу* розуміється як основа освіти. Саморозвиток і самореалізація особистості можлива тільки в умовах рівноправного діалогу (полілогу) суб'єктів освітнього процесу. Сучасний навчальний процес має бути насичений дидактичними моделями синергетичного поля варіантної співпраці суб'єктів освітнього процесу. Це здійснюється ради досягнення певних соціальних результатів, взаємоузгодженого вироблення нових цінностей. Необхідно усвідомити, що актуальний проблемно-діяльнісний тип освіти, який прийшов на зміну інформаційному.

Залишається проблемною реалізація рівноправного діалогу, толерантної співпраці. В центрі освітнього процесу, зокрема в процесі підготовки туристських кадрів, повинна стати

особистість зі всіма її інтересами, етнонаціональними особливостями і культурою, прагненням до затвердження цивілізованих форм в цивілізованому культурному світі. Це має потребу в реалізації на практиці багатоманітних дидактичних моделей, характерними особливостями яких є:

- зменшення питомої ваги стандартності, жорсткості, нормативності, надання викладачу можливості творчо імпровізувати. Відзначені дидактичні моделі спрямовані не на навчання студентів чужим думкам, а на розвиток у них здібностей самостійно осмислювати оточуючу дійсність.

**Підготовка і професійне зростання викладачів** обумовлено як зміною методології освіти, так і світовою тенденцією до безперервної професійної освіти, важливість врахування якої підкреслювалася на II Міжнародному конгресі з технічної і професійної освіти, який відбувся в 1999 році в Сеулі. В цьому напрямі вже зроблені певні кроки. Обґрунтовано і розроблено навчально-методичне забезпечення підготовки викладачів туристології.

**Залучення висококваліфікованих фахівців** до викладання в навчальних закладах, які здійснюють підготовку фахівців для туризму, створює умови для тісних творчих контактів з педагогами, науковцями, практиками фахівців з високорозвинених країн.

Важливим напрямом педагогіки туризму є розробка **змісту туристської освіти**. В існуючих освітніх парадигмах зміст освіти, як правило, ототожнюється з достатньо вузьким поняттям – навчальний матеріал. Документальними носіями навчального матеріалу виступають навчальний план, програми, підручники, навчальні посібники, різноманітні засоби наочності, смислові компоненти програм комп'ютерної, дистанційної (телекомунікаційної) системи навчання. Проте, подібна, суто повчальна концепція освіти, яка намагається наповнити інтелект все новими і новими науковими фактами, поняттями, категоріями, правилами, принципами, теоріями і законами, повністю і безповоротно відживає себе. На її зміну повинна прийти концепція, основою якої є підведення особистості до глибокого, всебічного, внутрішньо прийнятного усвідомлення і розуміння сенсу життя, що розкривається через самореалізацію особистості. Професійна

освіта створює умови для такої самореалізації через пізнання наукоємних компонентів наукового знання. Ці компоненти повинні бути:

- достатньо стабільними за змістом;
- відображати фундаментальні і відносно стабільні за часом основи;
- відповідати галузям науки, техніки, виробництву, найстійкішим теоріям, законам, закономірностям, поняттям, ідеям, методам і принципам прогностичності;
- враховувати тенденції розвитку туристської галузі, динаміку фактів і наукового знання в цілому, перспективні наукові і технологічні відкриття, можливості їх використання в майбутньому.

Для системного оновлення змісту освіти доцільно звертатися до оцінних думок самих компетентних експертів, використовувати їх професійні знання, творчий потенціал для корекції прогностичних моделей фахівців, внесення змін в зміст і процес професійної підготовки фахівців туристської індустрії.

Важливим напрямом розвитку системи туристської освіти є залучення до фінансування навчального процесу додаткових джерел, у тому числі так званих „третіх джерел” (перше – бюджет, друге – платня за навчання, внесена студентами), оволодіння методикою і принципами фандрайзингу. Цільовий пошук, знаходження і грамотне використання позабюджетних джерел фінансування („фандрайзинг”) є новим для нашої системи освіти.

Розробка проблем **„педагогіка і туризм”** пов'язано з глибинними, парадигмальними змінами в розумінні самого значення як теоретичних принципів педагогіки і туризму, так і туристської освіти, її можливостей як широкого соціального явища, сфери творіння особистості. Актуалізується осмислення державного, суспільного і індивідуального значення туризму і професійних концепцій підготовки фахівців для галузі. Проведений аналіз свідчить, що головними векторами **розвитку педагогіки туризму в Україні** є:

- формування категоріально-понятійного апарату педагогіки туризму;



- теоретико-методологічне обґрунтування структурних елементів педагогіки туризму як системи;
- розробка Концепції безперервної освіти;
- розробка філософсько-парадигмального, смислово-логічного і ресурсно-технологічного компонентів державних стандартів туристської освіти;
- формування спеціальності, спеціалізації, змісту на базі концептуальних підходів до професійної діяльності, що дозволить задовольняти потреби туристичного ринку в професіоналах;
- розробка навчально-методичного забезпечення підготовки фахівців для сфери туризму.

Важливим є дослідження процесуального, технологічного аспекту окреслених напрямів розвитку педагогіки туризму.

**Педагогіка туризму** – наука, яка вивчає процеси виховання, навчання і розвитку особистості в контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.

Кожна наука має свій предмет і об'єкт дослідження і є синтезом знань про явища дійсності, які вона вивчає. Разом з тим вона неодмінно знаходиться в певних взаємозв'язках з іншими науками.

**Предмет педагогіки туризму** – особлива сфера громадської свідомості з виховання (складовими частинами якої є освіта та навчання) людини під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях на іншій території і виховання професіонала для туризму.

Педагогіка туризму **досліджує виховання** як свідомий і планомірний процес підготовки особистості до життєтворчості в інокультурі, розкриває сутність, закономірності, тенденції і перспективи цієї підготовки, вивчає принципи і правила, які регулюють виховну діяльність.

**Педагогіка туризму базується** на загальній педагогіці, теорії виховання підростаючих поколінь. Обумовлено це тим, що людина в будь-якому віці здійснює подорожі, стає туристом. В ході подорожей відбувається формування духовних і фізичних якостей. Суттєвим є розкриття детермінант, які формують особистість туриста, чинників, які впливають на розумові і фізичні

сили, основи світогляду, переконання, моральні відчуття, риси вдачі, потреби, інтереси, смаки і тому подібне.

**Педагогіка туризму вивчає** процеси виховання, освіти і навчання лише у властивих їй межах, розглядає в цих процесах тільки аспекти педагогічно направлені на туризм.

**Педагогіка туризму досліджує** те, на яких педагогічних у загальних рисах принципах, основах галузевої педагогіки, завдяки яким засобам виховної роботи потрібно будувати виховний процес, освіту і навчання туристів різних вікових груп, підготовку кадрів в освітніх закладах туристського напрямку.

**Методологічні функції педагогіки туризму:**

- **виховна** – формування відчуття колективізму, моральних і етичних цінностей, розвиток умінь діалогічної взаємодії;
- **освітня** – отримання, поповнення і закріплення знань з історії, культурології, рекреалогії, природознавства і т.д.;
- **оздоровча** – дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних чинників на стан організму, дотримання правил особистої і суспільної гігієни, розвиток адаптивних можливостей.

**Засоби туризму** – один з провідних аспектів аксіологічного організованого простору, основна функція якого – впливати на розвиток особистості для розширення доступності соціокультурної сфери і об'єктів природного і культурного надбання. Саме туристичні засоби, як частина соціальної інфраструктури, в той же час створюють нові організаційні можливості для доступності всіх елементів аксіопростору. Вони включають в соціальний обіг клуби, спортивні комплекси, будинки творчості, природні і культурні досягнення. Тому можна говорити про розвиток соціальної мультиплікативної функції педагогіки туризму.

**Спеціальні функції педагогіки туризму:** рекреаційна; адаптаційна; аксіологічна.

Спеціальними дослідженнями доведена провідна **рекреаційна роль** туризму. Саме в туризмі, як ні в одній іншій діяльності, передбачається активна діяльність, яка дозволяє не тільки відновити, але і розвивати життєві сили людини – фізичні, інтелектуальні і емоційні. Розвиток рекреаційних функцій педагогіки – найважливіша задача, яку повинна вирішувати педагогіка туризму.

Останнім часом учені фіксують зниження рівня адаптації людини до змін природного і соціального середовища, а в деяких випадках і повний розрив адаптаційних здібностей. За цих умов важко переоцінити *адаптивну роль* туризму, що пропонує ефективні механізми і засоби фізичної, психологічної і інтелектуальної адаптації людини. В цьому полягає **адаптаційна функція** педагогіки туризму.

Важливим аспектом виховних можливостей педагогіки туризму є **аксіологічна функція** педагогіки туризму. Атрактивність (привабливість, цікавість) здатна не тільки відновити людину, але і заволодіти її інтересом. З цієї позиції можливості туризму і екскурсії щодо педагогіки не тільки невичерпні, але і не досліджувалися.

Розробка педагогіки туризму вимагає визначення чітких наукових принципів, які виступають базовими, врахування сучасних тенденцій розвитку цивілізаційних і державницьких установок. Початковою тезою розробки педагогіки туризму виступає положення, згідно з яким в основу досліджень повинні бути покладені психолого-педагогічні принципи розвитку людини, а точкою відліку у формулюванні основних категорій – вчення про цінність і значення її буття.

Туризм надає можливість особистості навчитися свідомому і відповідальному ставленню до життя, реалізовувати свій біологічний, психологічний потенціал, розвивати своє „Я”. На жаль, проблема розвитку особистості засобами туризму не була предметом спеціальної уваги традиційної педагогічної науки. Ігнорувалися виховна, освітня, оздоровча функція туризму, рекреаційні, адаптаційні і аксіологічні можливості туризму для розвитку особистості, суб'єктивної активності людини. Наслідком цього є те, що з переліку основних чинників розвитку особистості випадала творча активна діяльність, яка розвертається, змінюється з віком, набуває нових якісних характеристик, грає важливу роль в особистісному зростанні.

Оскільки сучасні пріоритети орієнтовані на розвиток особистості як суб'єкта власного життя, то особливого значення і посиленої уваги потребують питання впливу на формування особистості соціальних систем, серед яких і туризм. В контексті

відзначеного набувають особливого значення ідеї і категорії педагогіки туризму.

**Основними категоріями педагогіки туризму, є наступні:**

1. Категорія „*виховання*” є провідною в розробці методологічних принципів, розкриває значення туристської діяльності, професійної підготовки фахівців для туризму, привертає увагу теоретиків і практиків до виховних моделей в туризмі. Оперуючи поняттям „*виховання*”, дослідник має на увазі *процес багатобакторний, який залежить від ряду об'єктивних і суб'єктивних чинників*. Якщо об'єктивними чинниками є соціально-історичні особливості, культурні традиції країни, система освіти, то до суб'єктивних чинників відносять особистісні якості організаторів виховного процесу, рівень їх педагогічної майстерності, психологічні особливості і ціннісні орієнтації учасників виховного процесу.

2. Категорія „*буття*” привертає дослідників туризму до об'єктивної реальності, до характеру, специфіки, насиченості, продуктивності і конструктивності існування людини як носія своїх фізичних, психічних і соціальних сил, тобто акцентують увагу на дослідженні проблеми „*буття в іншому світі*”. В контексті відзначеної категорії особливого значення набувають поняття „*види і форми туризму*”, які засвідчують різну міру наповнюваності і міру допустимої складності „*буття–в-туризмі*” різних осіб. Важливу роль у вихованні особистості в туризмі грає поняття „*привабливість туристичного продукту*”, яке засвідчує вірогідність часткової, далекої від оптимальної міри реалізації мотиваційних детермінант особистості.

3. Категорія „*свідомість*” у вихованні в туризмі фіксує значення особистості в небайдужому освоєнні нею дійсності, здібності людини давати собі самій звіт щодо свого ставлення до іншого світу, людей, власного „Я”. Особистість в туризмі повинна відповідати за задумане і вчинене, визначати цілі своєї діяльності.

4. Категорія „*діяльність*” актуалізує проблему творчої активності, здібності особистості взаємодіяти з інокультурою, цілеспрямовано впливати на неї, задовольняючи свої біологічні і соціальні потреби. Важливу роль в педагогіці туризму грає

культуротворча діяльність особистості. Визнання пріоритету культуротворчих форм діяльності для різних вікових груп орієнтує дослідників туризму на розробку багатоманітних соціальних туристських програм.

5. Категорія „*цінність*” займає в розробці теоретико-практичних принципів педагогіки туризму одне з провідних місць, оскільки морально-ціннісна площина розвитку особистості засобами туризму визнана Глобальним етичним кодексом туризму, міжнародними правовими актами туризму. Це значить, що теоретики і практики можуть більше, ніж традиційно, надавати увагу проблемі особистісних виборів, переваг, ціннісного звертання туриста до системи: „природа – культура – інша людина”.

6. Категорія „*мета*” і „*результат*” в розрізі педагогіки туризму актуалізують необхідність узгодження того, чого прагнуть організатори туризму, з тим, що розглядається ними як критерії оцінки кінцевого висновку. Мета – гармонійно і різносторонньо розвинена особистість, здатна дбайливо ставитись до природи, культури, людського оточення, знаходити активну за формою і моральну за змістом позицію в інокультурі; результат – особистісне звернення особистості, система ціннісних відносин до світу.

Базуючись на узагальненнях психолого-педагогічної науки, необхідно обґрунтувати відзначені категорії в розрізі педагогіки туризму. Важливо, щоб значення педагогіки туризму не зв'язувалося лише з соціалізацією вікових груп засобами туризму, а полягало у вихованні і навчанні конкретної особистості з її індивідуальними особливостями.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Які загальнолюдські цінності особистості ви можете перерахувати? Що таке ціннісні орієнтації?
2. Розкрити сутність поняття „*екзистенціалізм*”.
3. Що лежить в основі будь-якої туристичної діяльності?
4. Здійснити класифікацію видів туризму, що відрізняються переважною спрямованістю на задоволення тієї чи іншої потреби.

5. Дати визначення поняттям: *педагогіка туризму, предмет педагогіки туризму, засоби туризму*.

6. Які методологічні функції педагогіки туризму вам відомі?

7. Розкрийте спеціальні функції педагогіки туризму (рекреаційну, адаптаційну, аксіологічну).

8. Яке місце займає категоріальний апарат в туристології?

### **Рекомендована література:**

1. Аносов И. Сущность и природа человека как детерминанта научно-педагогического анализа // *Непрерывное профессиональное образование: теория и практика: Научно-методический журнал*. – К.: МДГУ, 2002 – Выпуск 1. – С. 17-28.

2. Асмолов А. Образование в России: от культуры полезности – к культуре достоинства // *Воспитание школьников*. – 2000. – №5. – С.5-12.

3. Гончаренко С., Мальований Ю. Гуманизация и гуманитаризация образования // *Путь образования*. – 2000. – №2, 3.

4. Кремень Василий. Образование и наука Украины: пути модернизации (факты, размышления, перспективы). – К.: Грамота, 2003.

5. Матцура К. Действовать! ЮНЕСКО. – 2000. – №1. – С. 9.

6. Мингазутдинов И Фандрайзинг как важное направление международного сотрудничества высших учебных заведений Украины. // *Социокультурные факторы развития интеллектуального потенциала украинского общества и молодежь: Наук. праці і матеріали конференції*. – Вип. 1. /Редкол.: В. Андрущенко (гол. ред.) и др. – К.: Общ-во „Знання” Украины, 2001. – С. 637-641.

7. Оконь В. Введение в общую дидактику. – М.: Высшая школа, 1990.

## Тема 1.4 Методологічні й теоретичні основи дослідження проблем туризму в туризмології.

### План:

1. Міжпредметні зв'язки педагогіки туризму.
2. Методологічні проблеми дослідження туризмології в контексті педагогіки туризму.
3. Класифікація педагогічних досліджень.
4. Стандарти професійної освіти і навчання.

Педагогіка туризму пов'язана з багатьма науками: філософією, естетикою, педагогікою, психологією, анатомією і фізіологією людини, економічними науками, етнологією і т.д. **Філософські науки** допомагають педагогіці туризму визначити основні напрями наукових пошуків, правильно врахувати дію загальних закономірностей людського буття і мислення, забезпечують оперативною інформацією про зміни в науці і суспільстві, визначають методологічні принципи. **Психологія** вивчає закономірності розвитку психіки людини, потреби і інтереси особистості, а педагогіка дозволяє сформулювати принципи, форми, методи навчання і виховання, ефективність виховних впливів, які зумовлюють зміни у внутрішньому світі і поведінці особистості. **Анатомія і фізіологія** є основою для розуміння біологічної сутності людини, можливостей організму і його витривалості, оптимальної кількості навантажень на організм людини. **Економічні науки** дають можливість прослідити вплив закономірностей розвитку туристської інфраструктури. **Етнологія** указує на національні особливості людей як представників різних етнічних груп.

Засобом якісного рішення складних завдань педагогіки туризму є методологічне обґрунтування досліджень, тому що від якості, обґрунтованості і достовірності рекомендацій залежить зміст, організація і результат туристсько-педагогічного процесу взагалі і туристського виховання, зокрема.

Актуальність методологічної проблематики в розрізі педагогіки туризму визначається особливостями етапу пізнання, на якому знаходиться сучасна наука про туризм, а також особливостями туристської практики. Нові туристські знання виходять за межі традиційної системи понять. Наприклад, це про-

блеми діалектичного поєднання національних традицій у вихованні туриста із загальнолюдськими цінностями виховання, упровадження в практику туристської освіти гуманістичних ідей і педагогіки співробітництва, побудова аксіологічної системи туристського виховання і т.д. Це обумовлює необхідність внесення нових понять і категорій до теорії і методики виховання.

Орієнтацією на методологічні проблеми обумовлюють також нові соціальні завдання, які впливають з соціально-економічних потреб туризму. Виходячи із змісту туризму, особливостей і перспектив розвитку, які мають переважно виховний характер, в *педагогіці туризму* можна виділити *два категоріальні поєднання* :

- „теорія і практика виховання, навчання і розвитку фахівця сфери туризму”;
- „теорія і практика виховання, навчання і розвитку особистості в туризмі”.

Поза сумнівом, ці категорії є самими загальними для педагогіки туризму та історичних перспектив її розвитку. В зв'язку з цим варто окреслити основні установки парадигми, в яких може розвиватися педагогіка туризму, які по суті своїй близькі до установки парадигм розвитку психолого-педагогічних знань у філогенетичному вивченні ними сутності людини.

*Натуралізм як співвідношення „людина – природа”*, де походження будь-якої психічної функції пояснюється біогенетичною програмою, природною здатністю людини. В даному випадку для педагогіки туризму важливо застосувати подвійну причину детермінації: в якостях і проявах психічного відображаються біогенетичні перетворення, а в психічних функціях – наслідок пристосування індивіда до природного і соціального середовища. Формування особистості в цій парадигмі зводиться до визрівання і вікової зрілості, невтручання в процеси психічного розвитку засобами педагогіки туризму.

*Соціоморффізм характеризується співвідношенням „людина – суспільство”*. Людина вважається соціальним індивідом, сутність якого – не в природі, не в ньому самому, а в суспільстві. Це найхарактерніша установка для етапу розвитку туризму за радянських часів. Процеси формування в цій парадигмі мають цільову детермінацію і описуються теоретичною схемою „інди-



від – соціальна структура”, а сенс формування особистості в даній парадигмі туризму – соціалізація індивіда, формування внутрішнього світу людини за заданими нормами, зразками, мірками. Така практика в педагогіці туризму з'являється у результаті масового туризму.

*Гносеологізм, передбачає: пізнавальне ставлення людини до світу і є висхідним і фундаментальним, воно визначає і забезпечує будь-які інші звернення. Когнітивний підхід базується на класичній методологічній схемі раціоналізму Нового часу „S - O” (взаємодія суб'єкта і об'єкту, результатом яких є певна система відносин). Педагогіка туризму в даній парадигмі редукується до пізнавального розвитку, до виникнення і становлення когнітивних структур, механізмів, стилів, які забезпечують взаємодію суб'єкта (туриста) і об'єкту, який пізнається ним.*

*Культурологічний напрям в педагогіці туризму визначається відношенням „людина – культура”. Ця парадигмальна установка є кардинальною альтернативою натуралізму і соціоморфізму. Культурологічний підхід полягає в принциповому подоланні базових схем попередніх парадигм: не існує прямого і безпосереднього зв'язку „людина – природа” „людина – суспільство”, тому що і природа, і суспільство, будучи фундаментальними передумовами становлення і розвитку людини, не стають прямо змістовними характеристиками ні особистості, ні її світу. Вони завжди мають цілісність, конкретний історичний вимір, знаходять себе перед людиною як певні канонічні форми культури, з якими неможлива безпосередня зустріч, неможлива їх пряма інтеріоризація (залучення до них вимагає посередника). Базовою пояснювальною схемою в даній парадигмі є співвідношення „особистість – канон”, яким долається розрив і зіставлення зовнішнього – внутрішнього, об'єктивного – суб'єктивного, біологічного – соціального, матеріального – ідеального.*

Особлива парадигмальна установка в педагогіці туризму – *теологізм*, понятійний лад якого розкривається співвідношенням „людина – Божество”, - це цілісний погляд на людину, одночасне бачення її походження (як?), сутності (що?) і призначення (навіщо? в ім'я чого?). Практика віри, діяльність порятунку і процес перетворення в неологізмі є смисловими і діяльними формами становлення і розвитку людського в людині. Здійсню-

ючи паломництво в Святі місця, людина дістає справжнє душевне поєднання з більш Високим, Абсолютним, Іншим, ніж тим, яке відкривається людині в її безпосередньому існуванні. Подібний стан людини передбачає наявність в неї особливого начала, яке не зводиться ні до природного, ні до суспільного, яке не пояснюється ні спадковістю, ні впливом навколишнього будь-якого рівня культурного середовища. Це – духовне начало, воно – основа буття людини у всіх її вимірах.

Антропологічна парадигма педагогіки туризму робить набуті людиною знання живими (В.П.Зінченко) завдяки суб'єктивності (внутрішній світ, індивідуальність, самотність і тому подібне). Категорія суб'єктивності – і основа, яка дозволяє розвернути і панораму, і перспективу про людину мандрівну. Суб'єктивне начало в педагогіці туризму вибудовується як трансуб'єктивне, як похідне від історичної взаємодії і суми діяльностей історичних суб'єктів; воно є надзвичайно складною сукупністю суспільно-історичних норм і цінностей людського буття, фіксованих в живих образах культури – в творах, традиціях, ритуалах, звичаях.

**Педагогічні принципи туризму** зумовлюються, перш за все, творчим характером життєдіяльності людини, тому обмеженими є обґрунтовування на окремій парадигмі. Розвиток особистості в туризмі – одне з найважливіших питань педагогіки туризму. Виявлення закономірностей цього процесу робить можливим розвиток галузевого наукового знання в контексті найтіснішої співпраці з філософією, соціологією, психологією.

**Методологічний аналіз** досліджень проблем педагогіки туризму потребує розкриття основних термінів, які належать до організації і проведення досліджень. Це: „методологія” „метод” „методика” „дослідження”.

Термін „методологія” грецького походження і означає „вчення про метод” або „теорія методу”. **Методологія** – система принципів і засобів організації і побудови теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему.

В науці термін „методологія” розуміється в широкому і вузькому значенні. В широкому значенні – це філософська вихідна позиція наукового пізнання для всіх наукових дисциплін. Універсальною науковою методологією, що вивчає закони роз-

витку природи, суспільства і мислення, є *філософія*. Поняття „методологія” у вузькому значенні означає теорію наукового пізнання в конкретних наукових дисциплінах. Методологія дослідження проблем туризму – **туризмологія** – вирішує, в першу чергу, стратегічні проблеми і включає принципи і методи пізнання теорії туристського виховання.

**Предметом методології** дослідження проблем туристської освіти і виховання є процес цього дослідження, а результатом – система правил, рекомендацій щодо його проведення. При вивченні процесу пізнання туристської дійсності *висуваються і розв'язуються наступні проблеми*:

- методи дослідження в туристському вихованні,
- особливості і взаємозв'язок цих методів,
- співвідношення якісних і кількісних характеристик методів дослідження в туристському вихованні,
- співвідношення смислових і формалізованих методів в туристському вихованні,
- співвідношення наукових фактів і гіпотез,
- типи і рівні досліджень,
- методологічні проблеми прогнозування розвитку теорії і практики туристського виховання і ін.

Йдеться про самопізнання теорії і практики туристського виховання як галузі педагогіки туризму.

Термін „**метод**” (від грец. *methods* „шлях дослідження, теорія, навчання”). Метод – це засіб досягнення будь-якої мети, рішення конкретного завдання; сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного засвоєння (пізнання) дійсності. В теорії туристського виховання під поняттям наукового методу розуміється система основних підходів і засобів дослідження, які відповідають предмету і завданням цієї науки.

Термін „**методика**” означає конкретні форми і засоби використання методів, за допомогою яких здійснюється більш глибоке пізнання різноманітних проблем педагогіки.

Порівняно з методологією методика вирішує тактичні питання, завдання – розробка певного алгоритму дослідницької діяльності в конкретних умовах, з конкретним об'єктом туристської дійсності з використанням певної системи засобів і т.д.

Тобто вона містить опис сукупності методів, системи прийомів і засобів, які застосовуються для дослідження різних виховних явищ. Методика відповідає на питання: *як, яким чином? організувати і провести дослідження?* Її основна функція: організація дослідної діяльності.

Методику дослідження проблем педагогіки туризму можна визначити як сукупність систематизованих прийомів і засобів наукового пошуку в теорії і практиці виховання, навчання і розвитку фахівця для сфери туризму і розвитку фахівця в туризмі, правил і технологій їх вживання, порядку інтерпретації одержаних результатів. *Розробка методики є обов'язковою*, тому що вона визначає процесуальні можливості різноманітних методів дослідження проблем туристського виховання для досягнення поставленої дослідницької мети.

Методика кожного окремого дослідження проблем туристської освіти і виховання завжди конкретна, неповторювана і унікальна. Втім, незважаючи на свою неповторність, у кожному конкретному випадку *методика дослідження* має впорядковану *структуру*, основними елементами якої є:

- концепція, на якій базується методика;
- конкретні туристсько-педагогічні явища, ознаки, параметри, які підлягають науковому вивченню;
- зв'язки, залежність і взаємозв'язки між ними;
- методи, які використовуються для вивчення даного предмету дослідження;
- правила вживання методів, методичних прийомів і їх алгоритм;
- алгоритм і процедура узагальнення результатів дослідження;
- склад, роль і місце дослідників в процесі наукового пошуку.

Значення і головна задача методологічних досліджень в теорії туристської освіти і навчання полягає в тому, щоб знайти ефективні засоби розробки обґрунтованої теорії, підвищити ефективність дослідницької діяльності учених, які створюють, розвивають і удосконалюють теорію і методику педагогіки туризму.

Розглянемо методологічні аспекти педагогіки туризму. В педагогіці туризму під методологією розумітимемо:

- загальнометодологічну основу теорії і практики туристської освіти і навчання;
- наукову дисципліну в педагогіці туризму;
- самостійну науку, що характеризується специфічною педагогічною дійсністю і предметом дослідної діяльності;
- конкретні методи, які використовуються, і стратегію їх вживання;
- діяльність дослідника щодо практичних і пізнавальних проблем, які визначають розвиток теорії і методики туристської освіти і виховання.

**Особливістю методології** досліджень проблем педагогіки туризму є опора на методологічні принципи і основи загальної педагогіки, тому що теорія туристської освіти і виховання в першу чергу спирається на загальні основи педагогічної науки.

Важливою **методологічною проблемою** і специфікою досліджень проблем педагогіки туризму є аналіз їх основних видів і визначення функцій. Це зв'язано з тим, що дослідження в теорії і практиці туристської освіти і виховання торкається різноманітних аспектів організації як педагогічного процесу в туристській освіті, так і виховного, обґрунтування їх наукових проблем.

Теорія туристської освіти і виховання – наука теоретична, і практична, має безпосередній прикладний характер. В той же час, як галузева педагогіка, вона підкоряється загальним закономірностям розвитку і функціонування. Тому різний матеріал не може досліджуватися одними і тими ж методами і процедурами. Бажано класифікувати ці дослідження для ефективного їх вживання.

Питання **класифікації педагогічних досліджень** частково розглядалися в педагогічній літературі. В 60-х роках ХХ ст.. дослідник М. Данилов в роботі „Основні методологічні проблеми дидактики” запропонував наступну класифікацію педагогічних досліджень:

- ті, що направлені на вивчення окремих сторін і функцій процесу виховання і навчання;

- дослідження, головним призначенням яких є вивчення процесів виховання, освіти і розвитку в широкому плані;
- дослідження, в яких виховання розглядається в цілому, як система, що включає основні елементи всіх відносин.

Г. Александров, В. Гмурман, І. Макаровська визначили такі різновиди педагогічних досліджень: ***фундаментальні, прикладні, розробки***. Основою такої класифікації є результат одержаний в процесі дослідження. Якщо ***мета фундаментального*** дослідження – розкриття і аналіз невідомих донині наукових явищ, закономірностей, то ***прикладні*** дослідження мають іншу мету – вивчення конкретних виховних проблем. ***Розробки***, відповідно, безпосередньо утілюють результати фундаментальних і прикладних досліджень в практику туристського навчання і виховання.

***Фундаментальні дослідження*** в теорії туристської освіти і навчання розкривають закономірності навчання і виховання особистості в туризмі, загальнотеоретичні концепції туристського виховання, розробляють його методологію, а також створюють базу для прикладних досліджень і розробок.

Кінцевою метою досліджень в теорії і практиці туристського виховання є отримання знань, які були б основою для формування ефективних рекомендацій для педагогіки туризму. З цією метою можна застосовувати такі моделі дослідження: експериментальні, діагностичні, монографічні.

***Експериментальні дослідження*** призначені для перевірки причинних гіпотез. В ході цих досліджень, перевіряється: які наслідки викликає та чи інша причина. Окрім цього, вони в теорії туристської освіти і виховання можуть бути використані для відкриття нових явищ і закономірностей, а також для формулювання і перевірки нових гіпотез. Даний вид досліджень можна ефективно використовувати з діагностичною метою. Тому ці різновиди досліджень можуть бути і методологічними.

***Діагностичні дослідження*** направлені на визначення наявного стану педагогічної дійсності і формування на цій основі відповідних рекомендацій для внесення в цю дійсність певних змін. Дослідження цього виду дозволяють відповісти на такі питання: „Чому так?” „Які причини цього явища?”. Ці дослідження

дження можна назвати описовими, тому що вони проводяться з метою опису фактичного стану педагогічної дійсності.

**Монографічні дослідження** реалізуються в двох принципових напрямках:

- для характеристики і з'ясування одиничного педагогічного явища в туристській дійсності (з дослідно-пізнавальної точки зору це являє значний інтерес, і може бути використано для характеристики подібних явищ);
- опис і з'ясування педагогічного явища в туристській дійсності з метою відкриття його основних закономірностей, шляхів і засобів реалізації.

Роль і призначення досліджень в теорії і практиці туристської освіти і навчання витікає з функціональних характеристик. Саме у функціях досліджень проблем педагогіки туризму розкриваються сутність цих досліджень. На сьогодні ця проблема в педагогіці туризму є недослідженою. В загальній педагогіці безумовно існують такі ***функції педагогічних досліджень***: соціальна, комунікативна, науково-практична, конструктивно-технічна. Дослідник В.Окунь виділяє такі функції ***педагогічних досліджень***: дескриптивну, пояснювальну, прогностичну, практичну і оцінну.

*Дескриптивна функція* відстежується в дослідженнях діагностичного типу, яка базується на методі спостереження.

*Пояснювальна функція* належить до досліджень експериментального типу.

*Прогностичну функцію* виконують дослідження, якщо вони відповідають на питання не тільки „Як є?“, але й „Що буде?“.

*Практична функція*, що є наслідком попередніх функцій, направлена на вивчення педагогічної дійсності, на наукове обґрунтовування її проблем, на опрацювання дієвих рекомендацій і висновків для практики, на конкретне втілення отриманих рекомендацій і висновків.

*Оцінна функція* орієнтована на передбачення майбутнього стану речей, прогноз.

**Туризм** сьогодні став невід'ємною частиною життя мільйонів людей. Він вносить вагомий внесок в становлення еко-

номічного і культурного співробітництва, досягнення взаєморозуміння між народами.

В основу підготовки фахівців повинні бути покладені відповідні освітні галузеві стандарти.

**Зміст стандартів туристської освіти (ВТО)** за останні 30 років визначається характером професійної діяльності майбутніх фахівців на підприємствах сфери туризму.

Тривалий час в зарубіжній туристській освіті панувала педагогічна практика фахівців вузького профілю. Це створювало певні проблеми щодо навчання в умовах практики. А для нашої країни вони були суттєвими через відсутність будь-якої базової туристської підготовки і постійного практичного досвіду організації сфери послуг.

У вітчизняній сфері туризму переважно працювали кадри галузевих напрямів, які пройшли відповідну курсову підготовку. Перевага теоретичних знань, лише посилювала негативні наслідки в підготовці працівників і залишалася головною причиною низького рівня сервісу українського туризму. Для вітчизняної туристської індустрії донині характерним є працівник, який багато знає, але мало чого уміє. Цей „образ” є відомим в світі своєю високою вимогливістю до туристів, оскільки такий „фахівець” замість надання гостеві практичної послуги, перетворюється в його „вихователя”.

За цих умов актуальною проблемою є *розробка багатоступеневої системи підготовки фахівців туристської сфери* – від робітників до висококваліфікованих фахівців.

Особливістю формування змісту навчання кадрів для сфери туризму є орієнтація їх на світовий досвід теоретичної і практичної, професійної підготовки, формування ієрархічного рівня туристської діяльності відповідно до рівнів зайнятості у сфері туризму.

На цільовому рівні модель туристської освіти встановлює її зміст за предметом праці в туристській діяльності. За критеріями політичної економіки предметом праці є те, що направлена праця конкретного робітника, і що в результаті цієї праці він змінює свої властивості і стає продуктом праці. Туристська діяльність має два предмети праці.



*По-перше*, виникає потреба у фахівцях, які б мали необхідні знання про стан людини, її фізичне і психічне здоров'я, характерні потреби в пізнанні, спілкуванні, відпочинку і фізичному розвитку, емоційні та інтелектуальні сили.

*По-друге*, туризму потрібен фахівець, який має необхідні знання, уміння і навички формування, просування і реалізації туристичного продукту. Комплекс знань, умінь і навичок фахівців формується на рівні туроператора, екскурсовода, фахівця з готельної, ресторанної справи, і гостинності – за спеціальностями „Туризм” і „Готельне господарство”, а також „Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах”.

Як було відзначено, праця фахівця будь-якої спеціальності направлена на певний об'єкт (предмет) діяльності і полягає у виконанні певних виробничих функцій. Вона пов'язана з конкретною діяльністю і реалізується за допомогою системи засобів цієї діяльності, за конкретною технологією або по елементах цієї технології.

Згідно із статтею 15 Закону України „Про освіту”, Державні стандарти освіти встановлюють вимоги до змісту, обсягу і рівня освітньої і професійної підготовки в Україні. Вони є основою оцінки якостей вищої освіти і професійної підготовки, а також якостей освітньої діяльності вищих навчальних закладів незалежно від форми отримання освіти. Кваліфікація фахівця визначається рівнем освіти за спеціалізацією. Тобто існує певний взаємозв'язок між рівнем кваліфікації і рівнем вищої освіти. Цей зв'язок повинен бути закріплений в Стандарті вищої освіти, як вимоги до змісту, обсягу і рівню знань випускника відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня підготовки.

**Стандарт** (від англ. standart) – це норма, зразок, модель, еталон. *Стандарт освіти* – це сукупність норм, які визначають зміст вищої освіти, засоби діагностики якості вищої освіти і нормативний термін навчання.

**Систему стандартів** вищої освіти складає державний стандарт вищої освіти, галузеві стандарти і стандарти вищої освіти навчальних закладів.

*Державний стандарт* вищої освіти містить складові:

- перелік кваліфікацій по відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнях;

- перелік напрямів спеціальностей;
- вимоги до освітніх рівнів;
- вимоги до освітньо-кваліфікаційних рівнів.

**Галузеві стандарти** вищої освіти містять складові:

- освітньо-кваліфікаційна характеристика;
- освітньо-професійна програма;
- засоби діагностики якостей вищої освіти.

**Стандарти вищої освіти** вищих навчальних закладів містять складові:

- перелік спеціалізацій за спеціальностями;
- варіативна частина освітньо-кваліфікаційної програми підготовки;
- варіативна частина засобів діагностики якостей вищої освіти;
- програми навчальних дисциплін;
- навчальний план.

**Метою розробки стандартів є:**

- регуляція відносин в діяльності людей в тій чи іншій сфері;
- забезпечення виробництва очікуваної продукції відповідно суспільним параметрам.

Кожна країна має свої вимоги, які залежать від особливостей історичного, соціально-культурного розвитку, традицій, набутого досвіду, сучасної державної політики, цілей і пріоритетів.

Особливістю розробки і використання стандартів є те, що цей процес базується на науково-обґрунтованих концептуальних підходах, які мають випереджаючий характер. Тобто в стандартах закріплюється не тільки сучасний рівень, але і перспективні цілі, відповідні результати, рівень розвитку відповідної сфери життєдіяльності суспільства.

**Стандарт освіти** – це система основних параметрів, які прийняті як державна норма освіченості, яка відображає суспільний ідеал, враховує можливості кожної особистості в досягненні ідеалу, визначені на конкретному етапі соціально-економічного розвитку держави з урахуванням традицій і рівня розвитку соціально-культурного середовища.

Стандарт професійної освіти і навчання має ряд особливостей.

На думку дослідників, ці стандарти містять перелік трудових операцій, які повинні визначатися в межах певної професійної діяльності, а також пов'язані з ними знання, уміння і навички. Стандарти мають обов'язковий характер. Все ті, хто займаються реалізацією програм, повинні дотримуватися стандартів.

Завдання підготовки фахівців, які відповідатимуть потребам суспільства, зокрема сфери туризму, повинні забезпечуватися східчастою системою вищої освіти. Існує майже єдиний в світі системоутворюючий чинник, від якого залежать всі інші ознаки. Це ступінь годинного і просторового поєднання в певних межах системи професійної освіти і професійної підготовки, завдяки яким особистість дістає академічну (освітню) і професійну кваліфікацію.

Підготовка фахівців для сфери туризму в Україні за східчастою системою передбачає ***освітньо-кваліфікаційні рівні***:

- кваліфікований робітник (агент з туризму, офіціант, бармен, агент з постачання, кухар);
- молодший фахівець (організатор обслуговування в готелях і туристичних комплексах);
- бакалавр з туризму, гостинності;
- фахівець туризмології, екскурсвод, професіонал у галузі готельної і ресторанної справи;
- магістр – науковець (туризмологія, музеєзнавство, рекреологія), викладач.

***Туристська галузь*** – одна з складових економіки України. Туристська діяльність направлена на створення конкурентноздатних на світовому ринку національних туристичних послуг на основі ефективного використання природної, історичної, соціальної, культурної спадщини і економічного потенціалу України.

### **Питання для самоконтролю:**

1.3 якими науками пов'язана педагогіка туризму і як?

2. Схарактеризуйте два категоріальні поєднання у педагогіці туризму:

а. „теорія і практика виховання, навчання і розвитку фахівця сфери туризму”;

б. „теорія і практика виховання, навчання і розвитку особистості в туризмі”.

3. Яким є основні установки парадигми розвитку педагогіки туризму?

4. Дайте визначення понять: **„методологія”** **„метод”** **„методика”** **„дослідження”**.

5. Яку структуру має методика дослідження?

6. Які існують класифікації педагогічних досліджень?

7. Яка різниця між фундаментальними, експериментальними, діагностичними та монографічними педагогічними дослідженнями?

8. Які функції бачать науковці у педагогічних досліджень?

9. В чому специфіка туристської діяльності?

10. Що таке стандарти освіти і в чому мета їх створення?

11. Які особливості має стандарт професійної освіти?

12. Які освітньо-кваліфікаційні рівні передбачаються у підготовці фахівця в туристичній галузі?

### **Рекомендована література:**

1. Аносов І. Сущность и природа человека как детерминанта научно-педагогического анализа // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика: Научно-методический журнал. – К.: МДГУ, 2002 – Выпуск 1. – С. 17-28.

2. Асмолов А. Образование в России: от культуры полезности – к культуре достоинства // Воспитание школьников. – 2000. – №5. – С. 5-12.

3. Гончаренко С., Мальований Ю. Гуманизация и гуманитаризация образования // Путь образования. – 2000. – №2, 3.

4. Кремень Василий. Образование и наука Украины: пути модернизации (факты, размышления, перспективы). – К.: Грамота, 2003.

5. Матцура К. Действовать! ЕНЕСКО. – 2000. – №1. – С. 9.

6. Мингазутдинов И. Фандрайзинг как важное направление международного сотрудничества высших учебных заведений Украины. // Социокультурные факторы развития интеллектуального потенциала украинского общества и молодежь: Наук. праці и матеріали конференції. – Вип.. 1. / Редкол.: В. Андрущенко (гол. ред.) и др. – К.: Общ-во „Знання” Украины, 2001. – С. 637-641.

7. Оконь В. Введение в общую дидактику. – М.: Высшая школа, 1990.

8. Ничкало Н. Стандарти професійної освіти: проблеми методології і творчих пошуків // Професійна освіта: педагогіка і психологія. – Київ, 2000. – Ч. 11. – С. 47-65.

9. Державний стандарт України ДСТУ 1.5-93: Державна система стандартів України. Загальні вимоги до побудови, викладу і оформлення та змісту стандартів. – К.: Держстандарт України, 1993.

## Тема 1.5 Моніторинг якості туристської освіти.

### План:

1. Методологічні принципи.
2. Організація туристської освіти.
3. Сутність і головні завдання моніторингу освіти.
4. Моніторинг якостей туристської освіти.
5. Технологія моніторингових досліджень.

Національною доктриною розвитку освіти України в XXI столітті одним з умов модернізації управління освітою передбачено створення системи моніторингу ефективності управлінських рішень і їх впливу на якості освітніх послуг на всіх рівнях. Головним завданням сучасного вищого навчального закладу є розвиток творчої самостійності майбутнього фахівця. В зв'язку з цим з'явилася потреба в моніторингу якості освіти на всіх етапах інтелектуального розвитку студентів, починаючи від абітурієнтів і закінчуючи випускниками вищого навчального закладу.

Поняття „*моніторинг*” прийшло в педагогіку з екології і соціології. В *екології* моніторинг – це безперервне стеження за станом навколишнього середовища з метою попередження небажаних відхилень за найважливішими параметрами. В соціології *моніторинг* – це визначення невеликої кількості показників, які відображають стан соціального середовища.

*Освітній моніторинг* – це система організації, збору, зберігання, обробки і пошуку інформації про діяльність системи навчальних закладів, яка забезпечує безперервне стеження за їх станом і прогнозуванню їх майбутнього.

Система діагностики і моніторингу навчального процесу в професійній туристській освіті така ж багатопланова, як і сама освіта. Її завдання – спрямування навчального процесу на підвищення його ефективності, недопущення знецінення професійної туристської освіти через низькі професійні якості випускників. Вимоги до фахівців сьогодні мають світові параметри, визначені Болонською декларацією університетів Європейського союзу, тому вони викликають необхідність повного, глибокого і особливого контролю якостей освіти, гаранта професійної і суспільної стійкості системи освіти в Україні.

**Туристська освіта в Україні сьогодні** набуває особливої значущості. Про це свідчать конкурси на туристські спеціальності за останні роки, а також :

- проведення тематичних виставок, туристських салонів, ярмарків, заходів профорієнтацій в загальноосвітніх школах, системне проведення Днів відкритих дверей, короткі довгострокові підготовчі курси;

- створення ліцейних класів;

- підписання угод з обласними державними адміністраціями щодо підготовки і підвищення кваліфікації фахівців туризму і готельної справи для регіонів.

Все це сприяло пропаганді нових спеціальностей і залученню до професійного навчання молоді, зацікавленої в туристичній індустрії.

**Професійна підготовка** – специфічний різновид освіти, який, спираючись на фундаментальні принципи освітнього процесу, в той же час суттєво доповнює їх конкретними знаннями, які простежують особливості конкретної професії. В загальному вигляді ці особливості сформульовані в ***Концепції професійної освіти, яка була прийнята на Генеральній конференції ЮНЕСКО в 1989 році***, надалі обновлялася новими ідеями на наступних конференціях ЮНЕСКО в Парижі, Мадриді, Стокгольмі, Манілі, Сеулі.

Згідно з основними критеріями, які відстежують особливості туризму як соціально-економічного інституту і феномена загальнолюдської культури, **сучасна професійна освіта** основним своїм завданням визначає професійну підготовку широкої номенклатури фахівців, здатних ефективно працювати в установах, організаціях, підприємствах туризму і готельного господарства. Враховуючи ту обставину, що професіонали туризму мають справу, в першу чергу з людьми, а не з механізмами, устаткуванням або інструментами, їх *професійна підготовка повинна обов'язково враховувати „особистісно-значимий” компонент.* Зміст професійної освіти передбачає оволодіння компетенціями, які виходять за межі професійних навиків, безпосередньо потрібних для виконання змісту виробничих функцій на своєму робочому місці.

На фоні стрімкого розвитку бізнесу, у тому числі і вітчизняного, наочним є той факт, що професійно займатися туризмом без спеціальної освіти і професійної підготовки дуже складно, а у сфері обслуговування клієнтів, просто неможливо. Компанії і готельні комплекси, в штатах яких бракує кваліфікованих співробітників, які мають навички управління фінансами, готельним менеджментом, авіа- і автоперевезеннями, турсервісної діяльності, системою бронювання турпослуг, міжнародними стандартами обслуговування і тому подібне, вже в найближчій перспективі приречені на відставання в конкурентних регіонах на туристському ринку.

**„Кадри вирішують все”**, - щодо туризму ці слова набувають насправді вирішальне значення. Адже в жодній галузі індустрії, окрім туризму, немає такої кількості працівників, які постійно знаходяться в безпосередніх контактах із споживачами її продукції. Тому „людський чинник” „особистісний капітал” – кваліфікація, досвід, інтелект, моральна відповідальність, психологічна толерантність, ввічливість, добросовісне ставлення до своєї роботи в туризмі – займає домінуючу позицію і грає кардинальну роль.

Специфіка туристської індустрії і готельного господарства в тому, що вони належать до однієї з трудомістких галузей. Середній показник зайнятості в готельному господарстві складає в середньому 3 працівники на 10 відвідувачів. Причому, чим вище категорія готелю, тим більше трудовитрати. Наприклад, в готелях п'ятизіркової категорії в обслуговуванні 1200 гостей задіяні 600 чоловік персоналу. Саме тому питання підготовки і перепідготовки фахівців для туризму – одне з актуальних для вирішення проблеми нормального функціонування і безперервного просування галузі.

**Фундаментальна туристська освіта** – відносно нова „площа” освітнього простору. Система підготовки працівників в галузі, яка існувала донині в Україні, була переважно пов'язана з підвищенням їх кваліфікації, що певною мірою задовольняло „точне функціонування” конкретного готелю або ресторану, але не вирішувало кадрової проблеми як стратегічної, вело до відставання сервісу вітчизняного туризму від європейських стандартів. Суспільне значення туристської діяльності як могутнього



чинника формування економіки держави зумовлює необхідність *створення* галузевої системи підготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Відзначена обставина актуалізує питання професійної туристської освіти, *розробку* її теоретико-методологічних і методичних навчальних установок. Цьому сприяє в першу чергу *введення до переліку напрямів і спеціальностей* підготовки „Туризм” із спеціальностями „Туризм” „Готельне господарство” (бакалавр, фахівець, магістр) „Організація обслуговування в готелях і туристських комплексах” (молодший фахівець).

Питання туристської освіти безпосередньо пов'язано з сучасною кадровою політикою у галузі туризму. Для того, щоб адекватно реагувати на ситуацію, яка складається на ринку праці, в системі зайнятості, **навчальні заклади** повинні *спільно* забезпечувати розвиток і експертну оцінку навчального процесу, контролюючих програм і програм атестації, об'єднуючи теорію і практику не тільки в навчальних аудиторіях, класах і лабораторіях.

Навчальним закладам необхідно готувати фахівців не тільки для практики теперішнього часу, але і певним чином робити вплив на створення нових робочих місць (перспективна випереджаюча орієнтація). **Головне завдання** вищих навчальних закладів – це **підготовка** конкурентоздатних фахівців, які мають підприємницькі навички і уміння працювати творчо і ініціативно.

В сучасній туристській освіті невідкладним є упровадження безперервної, східчастої **підготовки фахівців різних освітньо-кваліфікаційних рівнів**, яка має три самостійних і в той же час взаємозалежних циклу навчання. Кожний цикл розглядається як один із ступенів професійної освіти і завершується отриманням відповідного диплома (кваліфікований робітник, молодший фахівець, бакалавр, фахівець, магістр).

**Освітні заклади** – ліцей, училище, технікум, університет реалізують професійні освітні програми початкової, середньої і вищої туристської освіти.

**Проблема підготовки кадрів** для туристської сфери постійно знаходиться в полі зору державних органів, які здійснюють управління туристською справою. В країні сформована мережа навчальних закладів різного рівня акредитації для підгото-

вки кадрів туристської сфери. Особливе місце займає Асоціація навчальних закладів туристського і готельного напрямку, до складу якої входить 70 навчальних закладів. До навчальних програм в загальноосвітніх школах, ліцеях, професійно-технічних училищах включено вивчення дисциплін туристсько-екскурсійного профілю. Вивчення досвіду і якостей підготовки туристських кадрів в різних навчальних закладах, своєчасна корекція змісту навчання здійснюється в межах моніторингових досліджень у галузі туристської освіти.

Моніторинг освіти розглядається в теорії спеціального управління як одна з головних, відносно самостійних ланок управлінського циклу. В межах моніторингу проводиться виявлення і оцінювання проведених педагогічних дій. При цьому забезпечується зворотний зв'язок, який повідомляє про відповідність фактичних результатів діяльності педагогічного колективу, кінцевій меті. Той факт, що вона не завжди досягається повністю, є звичайною ситуацією і задача полягає в тому, щоб оцінювати ступінь її досягнення, спрямованість і причини відхилень.

Результати педагогічного процесу обумовлюються впливом різних *зовнішніх і внутрішніх чинників*, до яких відносимо:

- зміни в навчальних планах;
  - забезпечення інформаційною літературою і засобами навчання;
  - використання сучасних методик і технологій навчання;
- а так само суб'єктивних чинників:
- склад педагогічних працівників і тих, хто вчиться.

Таким чином, моніторинг освіти передбачає виявлення і врегулювання впливу чинників зовнішнього середовища і внутрішніх чинників самої педагогічної системи.

Тому розгляд моніторингу, як самостійної функції управління освітнім процесом, має умовний характер і є корисним в концептуальних і операційних відносинах. В реальних умовах моніторинг тісно пов'язаний з *функціями і стадіями управління навчальним закладом*, тобто він охоплює цілі, інформації, рішення, організацію і рівень педагогічної діяльності колективу і управління ним.

**Моніторинг навчального закладу** може здійснюватися принципово різними шляхами: контроль навчального процесу і контроль знань тих, хто вчиться.

Перший шлях методично відпрацьований і виконується систематично в кожному навчальному закладі. Його характерною рисою є всеосяжний характер. Він реалізується періодично і постійно. Це ліцензування, акредитація і атестація як зовнішня перевірка навчального процесу здійснюється „власними ” силами – ректором, директорами, деканатами, відділеннями, кафедрами, методичними і адміністративними комісіями. Він базується на правовій основі і охоплює, в першу чергу, стан навчально-методичного забезпечення, лабораторну базу, кадровий склад і, по-друге, організацію навчального процесу (розклад занять, ведення поточної документації, виховна робота і т.д.).

Вихідним положенням моніторингу є його зв'язок з метою навчання, яка звичайно передбачена навчальним планом, тобто, моніторинг пов'язаний з оцінкою реалізації цілей і планів, порівняння фактичного рівня підготовки з планами. Головним завданням моніторингу є зсув різниці між ними, виявлення і усунення негативних чинників впливу на них.

Якісною і кількісною мірою оцінки результатів педагогічної діяльності є досягнення бажаного результату. Кількість визначається нормами, стандартами відповідної спеціальності. Саме норма, стандарт, є необхідною умовою і базою моніторингу в освіті, оскільки з ними порівнюються фактичні результати, після чого здійснюється оцінювання і корекція.

В освітньому процесі таке зіставлення фактичних досягнень з нормою, еталоном, вимогами стандартів називається перевіркою. Процес інтерпретації і відношення до фактичного результату називають оцінюванням, а зафіксований в балах результат називають оцінкою. Сама проблема вдосконалення перевірки і оцінювання роботи навчальних закладів складна і багатоаспектна.

Одна з головних вимог *оцінювання роботи навчального закладу* – об'єктивність:

- відповідність фактичних успіхів науково-педагогічних працівників, студентів;

- оцінювання виявленого рівня знань відповідно до державних стандартів.

Дослідження якості освітнього процесу в навчальних закладах передбачає такі *етапи*:

- діагностика і експертиза діяльності навчального закладу;
- порівняльний аналіз результатів, консультування і практична допомога в подоланні недоліків, труднощів, які виникають під час навчального процесу;
- проектування плану майбутнього розвитку навчального закладу.

Вивчення основних показників діяльності навчальних закладів передбачає, наступні *напрями*:

- аналіз ролі навчального закладу щодо рішення проблеми кадрового забезпечення галузі;
- аналіз діяльності адміністрації;
- аналіз діяльності педагогічного навчання і виховання;
- участь громадськості і органів студентського самоврядування в навчально-виховному процесі.

*Моніторинг* діяльності навчального закладу охоплює збір потрібної інформації, підготовку звіту і репрезентацію його перед учасниками навчального процесу. В звіті має бути представлений реальний стан діяльності навчального закладу, рівень розбіжності результатів навчального процесу по спеціальностях передбаченими нормами, стандартами, освітніми цілями підготовки фахівців. При цьому слід звертати увагу на те, що моніторинг і оцінка будуть ефективні настільки, наскільки коректно сформовані стандарти, норми відповідно до принципових вимог сучасного виробництва.

Тому розробка і формування галузевих стандартів туристської освіти є процесом достатньо тривалим і відповідальним, вони повинні враховувати вітчизняні вимоги до майбутніх фахівців, в освітньому і професійному плані, а також міжнародні стандарти по конкретних спеціальностях. Будь-які зміни в технології галузі обов'язково приводять до зміни в стандартах, нормах. І тут моніторинг виступає не тільки як процес виявлення відхилень від стандартів і норм, але і як підстава для їх перегля-

ду. Тобто **моніторинг** – не тільки підстава для відстеження процесу руху до заданої мети, але і механізм корекції цілей і шляхів її досягнення. Багато помилок в управлінні виникає через те, що моніторинг розглядається лише як засіб мінімізації відхилень, а не як шлях виправлення помилок в цілях, планах, нормах, стандартах і т.д.

### Аналітична схема моніторингу у ВНЗ

Як підтверджує аналіз, відсутність поточного системного контролю і оцінювання, приводить до безлічі недоліків в навчальному процесі:

- не стимулюється систематична робота студентів протягом навчального семестру;
- низький рівень активності студентів, відсутня змагальність за кращі знання і уміння;
- присутній суб'єктивний підхід до оцінювання знань;
- значні витрати часу на екзаменаційні сесії і т.д.

Не слід забувати про те, що педагогічна оцінка має дві важливі **функції**: визначає рівень навченості і мотивує студентів до наступної практичної діяльності.

Особливо важлива **мотиваційна** функція. Вона викликає потребу в самооцінці, поведінці і способах навчальної роботи, системі відносин студентів в процесі навчання і майбутньої практики.

Достатньо важливим є дотримання викладачами **адекватності, справедливості і об'єктивності оцінювання**. До типових помилок в цьому процесі відносять „великодушність”, близькість, контрастність, центральну тенденцію, ореол, логічність.

Помилки „**великодушності**” і „**поблажок**” виявляються у виставлянні завищених оцінок (система відсоткоманії в оцінці результатів роботи). Помилки „**центральної тенденції**” виявляються у викладачів, які прагнуть уникати крайніх оцінок (не ставлять двійок і п'ятірок).

Помилки „**ореолу**” зустрічаються у викладачів, які не ставлять високих оцінок, за принципом „*Всевишній знає на „5”, я – на „4”, а „студент” відповідно ...*”, або позитивна оцінка стосується лише окремих, наближених студентів (часто це ста-

рости груп). Помилки „контрасту” виявляються в тому, що поведінка студентів оцінюється вище або нижче залежно від рівня знань і ерудиції викладача (менш досвідчений і організований викладач оцінює студентів вище, ніж той, який має достатньо великий досвід наукової і педагогічної роботи, відрізняється акуратністю і високою виконавською дисципліною). Оцінка „близькості” знаходить своє відображення в тому, що викладач не може поряд з незадовільною оцінкою поставити п'ятірку, а при незадовільній відповіді відмінника здатний поставити йому вищу оцінку. „Логічні” помилки виявляються у виставлянні оцінок за поведінку і перенесенні її на предмет, або коли за однакової відповіді виставляються різні оцінки з урахуванням поведінки.

*Помилки в оцінюванні* можуть в окремих випадках бути виправданими. *Наприклад*: підвищена поточна оцінка окремим студентам для підтримки їх подальшої успішності, підсилення інтересу до предмету. Проте виставляння незадоволеної п'ятірки ради диплома з відзнакою є свідомим обманом суспільства.

Розглядаючи проблему моніторингу якості освіти, доцільно нагадати структуру процесу навчання. З дидактики відомо, що *структура процесу навчання* включає:

**Мета (цілі) – зміст навчального матеріалу – засоби, методи і форми – контроль – результат**

На перший погляд, контроль, як структурний компонент призначений для з'ясування рівня засвоєння навчального матеріалу і визначення результатів навчання. Але моніторинг тим і відрізняється від контролю, що його задачею є виявлення зв'язків з іншими складовими навчального процесу, зокрема з цілепокладанням. Моніторинг, як технологія, передбачає визначення результатів навчання і його корекцію відповідно до стану засвоєння конкретних знань і умінь (когнітивна сфера діяльності), які студент зобов'язаний сформулювати в процесі вивчення даного навчального матеріалу.

Таким чином, моніторинг встановлює не тільки засвоєння сформованих знань і умінь студентами, але і рівень засвоєння, який задається цілями даного навчального процесу, а також створює можливості корекції його відповідно до певного еталона майбутньої діяльності, планів-проектів навчального закладу.

Проблема цілепокладання в навчальному процесі – одна з головних в дидактиці. Тому, перш ніж визначити зміст підготовки фахівців для сфери туризму, які застосувати засоби, методи навчання, розробникам стандартів потрібно добре з'ясувати, кого потрібно підготувати, якого фахівця і яку особистість сформувати. Підготовка фахівців різних професійних напрямів для сфери туризму відрізняється від інших галузей.

Специфіка галузі туризму – аксіологічна домінанта, тому що обслуговується людина під час відпочинку, відтворення його здоров'я, психічних, духовних і інтелектуальних сил. Потреби і особливості туристської діяльності ставлять відповідні цілі і до підготовки фахівців цього профілю. Туристська освіта повинна бути універсальною, безперервною, з диверсифікованими програмами, комбінованим характером навчання, східчастою підготовкою.

В туристській індустрії людина і людський чинник набувають значної ваги, порівняно з сучасними мультимедійними засобами або інноваційними теоріями індустрії гостинності. Фахівці, що зайняті у сфері туристського бізнесу, повинні повністю бути зорієнтованими на клієнта. Професіонали туризму – своєрідна частина турпродукту, який пропонує туристська фірма.

Професійна кваліфікація фахівців туризму формується шляхом поєднання гуманітарної, природничо-наукової і спеціальної підготовки, зорієнтованої на наявну практику, світовий досвід і стандарти галузі з урахуванням особливостей туристської діяльності в ХХІ столітті: створення умов для відновлення фізичного стану, розвитку духовних цінностей особистості.

**Випускники вищого навчального закладу** туристського напрямку повинні працювати в готелях, турфірмах, ресторанах, в курортних зонах, посідаючи певні посади, які потребують *різних освітньо-кваліфікаційних рівнів підготовки*: турагентів, фахівців з продажу і засобів розміщення, працівників контактних служб, керівників відділу обслуговування, туроператорів, туризмологів, туризмознавців, аніматорів, менеджерів персоналу, перекладачів, гідів і т.д. Саме підготовка фахівців для виконання відповідних первинних посад і є базою формування в освітньо-кваліфікаційній характеристиці переліку типових задач, які повинні сформувати у майбутнього фахівця потрібні для їх вико-

нання знання, уміння і навички, здатність виконувати відповідну практичну роботу.

Сформована на підставі моніторингу посад *кваліфікаційна піраміда працівників галузі* покладена в основу безперервної, східчастої підготовки фахівців сфери туризму за рівнями: **кваліфікований робітник – молодший фахівець – бакалавр – фахівець, магістр**. Визначений перелік посад до кожного освітньо-кваліфікаційного рівня і внесено доповнення до Державного класифікатора професій ДК-003-96.

Чітке визначення посад і формування освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця кожного освітньо-кваліфікаційного рівня покладено в основу формування освітньо-професійних програм підготовки. Враховувався предмет діяльності, функції, типові задачі, уміння і здібності, визначалися блоки модулів, перелік і зміст навчальних дисциплін. Це дало можливість побудувати конкретний дидактичний процес, який гарантує досягнення цілей (конкретний рівень підготовки фахівців) за певний проміжок часу.

Часовий чинник в навчальному процесі має певне значення. В дидактиці він виявляється як час, який потрібен студенту для засвоєння навчального матеріалу. В процесі оцінювання викладач визначає рівень навченості студента, його можливість засвоїти навчальний матеріал, згідно з робочою програмою за певний проміжок часу. Це вирішується шляхом використання різноманітних засобів діагностики цілей за участю двох суб'єктів: викладач – студент.

Вище відзначено, що традиційним формам і методикам контролю знань характерна необ'єктивність і неоднозначність, тому традиційна система дозволяє одержати інформацію про рівень засвоєння матеріалу лише в загальному вигляді. Традиційні форми контролю і оцінки знань сприяють активізації процесу навчання, викладач бачить, що засвоюється „слабо”, а студенти бачать свої недоліки в знаннях.

Відмінність моніторингу, як контролюючої технології, в підвищенні об'єктивності оцінки навченості студентів. Щоб застосовувати моніторинг в навчальному процесі потрібно мати інформацію про стан, задачі, зміст програмного матеріалу, як по



окремій дисципліні, так і з певного блоку або повністю за фахом.

Для цього викладач не повинен дотримуватися жорстко часового чинника у вивченні навчального матеріалу або окремих частин матеріалу. Під час виконання завдань потрібно надавати студентам можливість самостійно осмислювати навчальний матеріал, рефлексувати його.

З цією метою *рекомендуємо*:

! формулювати завдання на засвоєння навчального матеріалу по рівнях складності (стереотипні, діагностичні, евристичні), де потрібна не тільки когнітивна, алгоритмічна, але і креативна діяльність;

! визначити обсяг матеріалу для обов'язкового засвоєння незалежно від здібностей студента;

! формулювати цілі навчання так, щоб їх досягнення міг перевірити будь-який експерт.

Моніторинг якостей навчання у ВНЗ передбачає проведення сукупності безперервних контролюючих дій, які дають можливість спостерігати і коректувати (за потребами) поступальний рух студента від незнання до знання.

До *технології моніторингу* входять контрольні дії і отримання інформації про результати навчання.

Методи вивчення навчального матеріалу, форми організації навчальних занять, безумовно, впливають на результати навчання, але вони не є складовими моніторингу. Найважливіше значення в навчальному процесі мають конкретні цілі навчання: як для його організації, так і для результату. Без діагностичних цілей моніторинг неможливий. Діагностичні цілі навчання визначають сукупність безперервних контролюючих дій і результатів навчання.

Таким чином, можливість упровадження моніторингу в навчальний процес обумовлена двома положеннями:

*по-перше*, за умови оптимізації навчання всі студенти здатні засвоїти на високому рівні навчальний матеріал (який є еталоном, стандартом);

*по-друге*, при діагностованому цілепокладанні навчального процесу є можливість достатньо чітко перевірити рівень засвоєння матеріалу, на завчасному заданому рівні.

Перше пояснюється тим, що студенти незалежно від здібностей повинні засвоїти навчальний матеріал і формувати відповідні знання і уміння. Друге твердження передбачає діагностованість цілепокладання, тобто таке формулювання цілей, які можна перевірити. Останнє твердження вимагає від викладача формулювання мети заняття так, щоб в ній звучав результат діяльності викладача і студентів. Студент повинен винести із заняття приріст (дельту) знань, умінь, а також конкретизувати рівень засвоєння навчального матеріалу відповідно до ієрархії цілей. Ієрархія освітніх задач базується на рівні мислення студента на занятті в процесі засвоєння навчального матеріалу і дозволяє відрізнити задачі „нижнього” (пізнання, розуміння і використання) і „вищого” (аналіз, синтез, оцінка) рівня. При формулюванні освітніх цілей викладач повинен вказати рівень засвоєння, який передбачається досягти студентом на занятті.

**Пізнання** передбачає запам'ятовувати і відтворення термінів, формул, правил, процедур, методів і тому подібне.

**Розуміння** – уміння екстраполювати вивчений матеріал на інші ситуації, явища, події.

**Використання** – виявляється в отриманні результатів при рішенні задач, обґрунтуванні висновків на основі використання вивчених правил, методів, принципів, теорій.

**Аналіз** – виявляється в характеристиці складових частин одного цілого процесу, виявлення упущень, помилок в логіці думок.

**Синтез** – виявляється в умінні скласти з окремих частин ціле, з певним змістом і новизною (доклад, план дій, схема).

**Оцінка** – виявляється в умінні оцінити конкретний текст, явище, правило, продукт діяльності по заданій меті; подати матеріал в усній чи письмовій формі.

Подані у такому вигляді результати діяльності легко перевіряються. За наявності критерію оцінки чи засобів їх перевірки, як правило, такими засобами частіше за все є **тести**.

Упровадження моніторингу впливає на методику роботи викладачів, ставить перед ними конкретні **методичні завдання**, зокрема:

- першим є етап визначення еталонів (навчальних елементів) засвоєння навчального матеріалу для всіх студентів. Во-

ни звичайно визначені в смислових модулях галузевого стандарту вищої освіти;

- другим етапом є визначення рівня засвоєння цих навчальних елементів (пізнання, розуміння і тому подібне);
- третьою етапом – підбір контролюючого засобу, який дозволить підтвердити досягнутий результат по основних темах і розділах змісту кожної дисципліни.

Упровадження технології моніторингу передбачає врахування деяких особливостей:

1. Підсумкова контрольна робота оцінюється п'ятибальною системою; оцінка на кожному занятті по засвоєнню навчального матеріалу здійснюється за принципом „знає, або не знає” „розуміє – не розуміє”.

2. Студенти повинні бути підготовлені до роботи за новою системою. Практика роботи педагогів показала, що найефективнішим методом контролю є використання тестів. Зараз тестологія формується як окрема галузь дидактики і забезпечує методику формування засобів поточного і підсумкового контролю якостей навчання, як по кожній дисципліні, так і повністю за фахом.

До *форм підсумкового (об'єктивного) контролю* ступеня досягнення кінцевої мети освіти і професійної підготовки фахівців у ВНЗ належать:

- технологія виконання і захист кваліфікаційних дипломних робіт;
- тестовий атестаційний (державний) іспит.

Вони формуються на інформаційній базі смислових модулів, навчальних елементів освітньо-кваліфікаційної характеристики і освітньо-професійної програми спеціальності.

Виконання підсумкової кваліфікаційної роботи дає можливість знайти рівень засвоєння випускником теоретичних знань і практичних умінь, його здібність до самостійної роботи за вибраним фахом і спеціалізацією. Вона повинна виконуватися на матеріалах реально функціонуючого об'єкту (турфірми, готелю), яка є базою переддипломної практики студента з ґрунтовним аналізом використання накопиченого матеріалу і залученням певного методичного інструментарію. Випускник повинен про-

демонструвати уміння здійснювати правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування і обробку даних, зробити їх кваліфікований аналіз, обґрунтувати висновки і пропозиції.

Підсумкова діагностика лише фіксує творчий тип майбутнього фахівця, що само по собі достатньо корисне при моніторингових дослідженнях якостей підготовки фахівців для сфери туризму.

Становлення в Україні галузі туризму, зміцнення її кадрового складу є актуальною проблемою економіки держави. Суттєву роль при цьому повинна зіграти молодь, рівень її освіти. Система туристської освіти направляє розвиток туристсько-готельної індустрії в русло національних пріоритетів. **Педагогіка туризму** як система виховання і навчання особистості засобами туризму вирішує одну з головних задач – надає професійну освіту, адекватну викликам нового століття.

- Ефективна організація підготовки кадрів різних освітньо-кваліфікаційних рівнів в навчально-науково-виробничому комплексі „Туризм, готельне господарство, економіка і право” і більше 60 вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, які входять до складу Асоціації навчальних закладів туристсько-готельного профілю України.

- Дидактичні принципи підготовки фахівців для галузі туризму повинні орієнтуватися на навчання як процес розумового розвитку. Актуальним є перехід від статичної моделі знань до динамічної структуризації систем навчання, від зовнішньої мотивації навчання до диференційованих і індивідуалізувалися програм підготовки фахівців.

Зміни, які відбуваються у галузі туристських послуг, вихід України на міжнародний рівень індустрії гостинності вимагають фундаментального підходу до формування туристської освіти, упровадження інноваційних методик навчання і практичної діяльності фахівців сфери туризму.

Держава вже зробила важливий крок в цьому напрямі – започатковано національну систему контролю якостей освітніх послуг шляхом **створення і організації діяльності Державної акредитаційної комісії**. Відкриті напрями підготовки персона-

лу, завершується формування галузевих стандартів, що стане основою моніторингу туристської освіти.

Робота по моніторингу якостей підготовки фахівців у сфері туризму сприятиме зростанню кількості профільних навчальних закладів, навчальних напрямів, спеціальностей і спеціалізацій, якості навчального процесу. Саме якість і конкурентноздатність систем освіти і навчання у галузі туризму стала темою обговорення на *Міжнародному семінарі Всесвітньої туристської організації* (ВТО ТЕМІС), який проводився 25-26 листопада 2003 року в Київському університеті туризму, економіки і права.

### **Питання для самоконтролю:**

1. В чому сутність освітнього моніторингу та його завдання?
2. Що свідчить про набуття актуальності туристською освітою в Україні?
3. Схарактеризуйте фундаментальну туристську освіту?
4. Сутність моніторингу освіти.
5. Чим обумовлюються результати педагогічного процесу?
6. Якими шляхами може здійснюватись моніторинг навчального закладу?
7. Як ви розумієте об'єктивність оцінювання роботи навчального закладу?
8. Напрями вивчення основних показників діяльності навчальних закладів.
9. Схарактеризуйте типові помилки викладачів в процесі оцінювання.
10. Особливості упровадження технології моніторингу.

### **Рекомендована література:**

1. Державний стандарт України ДСГУ 3739-98: Положення про ведення державного класифікатора ДК-003 „Класифікатор професій”. – К.: Держстандарт України, 1998.

2. Василюшин Лариса. Деякі сучасні проблеми моніторингу діяльності навчальних закладів // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2002. – №1. – С.157-160.
3. Матрос Д.М., Полев Д.М., Мельникова Н.Н. Управление качеством образования на основе новых информационных технологий образовательного мониторинга // Школьные технологии. – 2000. – №3. – С.5-14.
4. Макарова Т.Д. Обеспечение итогового контроля // Образовательные стандарты и контроль качества образования. – Вологда, 1996. – С.67-77.
5. Національна доктрина розвитку утворення України в ХХІ столітті. – Київ: Шкільний світ. – 2001. – 22с.
6. Образовательное тестирование в Российской Федерации // Проект реформирования образования с участием Мирового банка (Авторский коллектив Болотов В.А., Королев М.Ф., Радионов Б.У. при участии Беспалько В.П. и др.) – М., 1995. – 36 с.
7. Про порядок розробки складових нормативного і навчально-методичного забезпечення підготовки фахівців з вищою освітою: Наказ Міністерства освіти України від 31.07.98 р. № 285.
8. Про основні напрями реформування вищої освіти в Україні. Указ Президента України від 12.09.95 р. № 832.
9. Судаков В.В. Стандартизация образования и творчества педагога // Федеральный и национально-региональный компонент государственных образовательных стандартов. – Якутск, 1996. – С.151-156.
10. Шитов С.Е. Образовательные стандарты и контроль качества // Сборник выступлений и статей российских, голландских и датских экспертов «Контроль качества в образовании». – Пермь, 1996. – С.3-24.
11. Шитов С.Е. Образовательные стандарты в странах Западной Европы и США // Сборник статей «Актуальные проблемы стандартизации образования» / Под ред. Ю.И. Кривова. – Пенза, 1997. – С.2-35.

## **Тема 1.6 Використання сучасних освітніх технологій підготовки фахівців у сфері туризму.**

### **План:**

1. Історико-педагогічні аспекти туристської діяльності.
2. Упровадження нових педагогічних технологій у вищій школі.
3. Підготовка викладачів туризмології.
4. Класифікація сучасних технологій залежно від специфіки діяльності.

Педагогічну доцільність туризму і краєзнавства у вітчизняній педагогіці вперше обґрунтував К. Ушинський. Він бачив в них могутній засіб виховання національний свідомих громадян. Великий педагог вважав, що в кожному регіоні сконцентрована велика маса інформації, історичних, географічних, етнографічних, статистичних (подій), які вчитель повинен вміло використовувати в своїй роботі. Справедливо дорікаючи Географічному товариству царської Росії, яке майже не займалося розповсюдженням знань про вітчизну серед юнацтва, він вказував, що значну частину повинна узяти на себе школа, в першу чергу ті, хто очолює освітні відомства. Ушинський пропонував перейняти від іноземців одну важливу рису – любов і пошану до Батьківщини, але не для того, щоб „бути іноземцями, а лише для того, щоб не бути ними в своїй країні”. Крім того, він вважав, що учити молодь в Росії мають не іноземці, які щеплять свою культуру, а патріоти вчителі, які володіють тільки російською мовою. За це його називали „Батьком російської педагогіки”.

Слід зазначити, що специфіка педагогічної діяльності полягає в тому, що ця робота має не тільки мету оздоровлення і гартування людей, але і отримання конкретних освітньо-виховних результатів. Безпосереднє знайомство молоді з матеріальною і духовною культурою народу, природою рідного краю вивчення у зв'язку з цим відповідних історичних і географічних матеріалів, розповсюдження набутих знань серед населення стимулює любов до Батьківщини, до культури і природи своєї нації.

Аналіз документів і науково-педагогічної літератури показує, що протягом багатьох десятиріч прогресивні педагоги

намагалися використовувати туризм для щеплення любові своїм вихованцям до батьківського будинку, до своєї „малій Батьківщини”, а через неї і до всієї України. До таких творців педагогів належав також В. Сухомлинський, який:

- не тільки розкрив виховні функції туристично-краєзнавчої роботи в своїх працях, але і апробував власні теоретичні висновки в практичній роботі з молоддю;

- багато років був директором Павлишської школи Кіровоградщини;

- основні напрями його виховної роботи – це любов до Батьківщини, матері, трудове, моральне, патріотичне і естетичне виховання;

- проводив з учнями заняття в лісі, на галявині, під голубим небом – принцип природовідповідності.

**Обґрунтованими дослідженнями у галузі туристської діяльності** є праці В. Квартального, А. Рідіна, А. Ставровського, В. Федорченко та інших авторів, які розкрили зміст, мету, завдання і методику підготовки організаторів туристсько-краєзнавчої роботи.

Слід зазначити, що педагогіка туризму передбачає зміну засобів функціонування і розвитку освітніх закладів туристського напрямку, починаючи із змінами між тими, хто учить, і тими, хто вчиться. Зміни, які відбуваються в системі навчання, виховання, освіти, безумовно, впливають на розвиток і стан туристської освіти в Україні.

Друга половина ХХ століття, безумовно, увійде до історії туристської освіти як період істотних перетворень у сфері навчання, виховання. Відповідність туристської освіти вимогам сучасності слід розглядати, *в першу чергу*, з погляду ролі і місця професійної підготовки фахівців для сфери туризму, педагогічних напрямів і функцій, які торкаються навчання, наукових досліджень і послуг, які надаються, взаємозв'язку рівнів і форм освіти, особливостей розвитку освітнього процесу.

В ХХІ столітті туризм вже стає вітчизняним чинником соціальної і культурної інтеграції, проявом і інструментом зростаючої культурної взаємодії, розпорядником устрою і способу життя, сприяє зміцненню єдності суспільства. Оскільки туризм передбачає зустрічі і діалоги між „гостями” і „господарями”, він



заглиблює знання людей і народів, їх взаєморозуміння. Важливими складовими туризму є якості обслуговування і підготовки персоналу, здатність адаптуватися до вимог туристів, ефективність роботи громадських служб, безпека туристів.

Світова цивілізація, переступивши поріг третього тисячоліття, ставить перед освітніми закладами особливо відповідальні завдання: сформувати самостійну людину, навчити її не просто пристосовуватися, до умов буття, але і творчо впливати на оточуючий світ, створюючи соціокультурне середовище, умови, які дають можливість людині стати особистістю, розкрити свої потенційні можливості, вільно спілкуватися і самовдосконалюватися. Інтенсивно розвивається міжнародний освітній простір, в який поступово вписується і вітчизняна система освіти. Вагомим чинником в цьому є розвиток міжнародного туризму, зміцнення міжнародної співпраці як в приватному, так і в громадському секторі, розвиток освітніх програм і тому подібне.

Одним із стратегічних напрямів розвитку освіти є інтеграція різних типів вищих навчальних закладів в науково-освітні мегаполіси континентального, міжрегіонального і державного значення. Спостерігається об'єднання університетів з промисловими комплексами. Таким чином, формується база для наукових досліджень і підготовки висококваліфікованих фахівців для сучасних фірм і компаній.

Орієнтація на вказані пріоритети в розвитку вищої освіти потребує розробки і упровадження нових педагогічних технологій в навчальний процес, що дозволить значною мірою подолати основний недолік технологічного підходу, який домінує у вищій школі, - орієнтація на репродуктивний тип навчання.

**Важливим напрямом розробки педагогіки туризму** є теоретико-методологічне обґрунтування інноваційних технологій, підготовки фахівців для сфери туризму. Закономірності професійної діяльності майбутнього фахівця галузі накладають певні вимоги на *педагогічні технології викладання* і розробку змісту навчальних дисциплін, організації творчої навчально-пізнавальної діяльності студентів в навчальних закладах туристського напрямку.

Відкриваються широкі можливості щодо педагогічних інноваційних технологій у ВНЗ туристської освіти у зв'язку з

введенням нового напрямку підготовки „Туризм”. Однією з підсистем безперервної туристської освіти є професійно педагогічна освіта, **мета** якої – *підготовка викладачів туризмознавства*, здатних розв’язувати нові освітньо-виховні і освітньо-професійні завдання навчальних закладів туристської освіти.

Які ж новації характеризують **сучасний освітній процес** в університетах світу, до яких ми прагнемо?

1. Багаторівнева система організації вищої освіти, що забезпечує широку мобільність навчання і вибір професії.

2. Могутнє оснащення сучасними інформаційними технологіями, включення в систему INTERNET, розвиток дистанційної форми навчання.

3. Університетизація вищої освіти, інтеграція вищих навчальних закладів, створення університетських комплексів.

4. Самофінансування значної частини вищих навчальних закладів.

5. Перехід на освітні стандарти, які наближені до світових вимог.

В документах ЮНЕСКО технологія навчання розглядається як системний метод планування, вживання і оцінювання всього процесу навчання і засвоєння знань шляхом врахування людських і технологічних ресурсів і взаємодії для досягнення більшої ефективності.

Як відомо, технологія, зокрема навчання, має таку структуру:

Діяльність - потреба - мета - мотив - мотивація - задачі - прийоми - дії - операції - результат

Традиційно процес навчання включає наступні складові:

- мета навчання і зміст навчально-пізнавальної діяльності;
- елементи дидактичної системи (принципи, правила, методи, засоби навчання);
- методологічні основи процесу навчання;
- діагностичні засоби контролю і методичні рекомендації щодо корекції процесу навчання;
- діяльність викладачів і студентів.

В практиці роботи навчальних закладів розрізняють традиційну технологію навчання і інноваційні.

Щодо понять „*педагогічна технологія*” і „*технологія навчання*” є різні тлумачення, але однозначне те, що перше поняття значно ширше і включає технологію навчання і виховання, яка за словами деяких авторів, є засобом організації освітнього процесу. Кажучи про технологію навчання, науковці і практичні педагогічні працівники орієнтуються на широкий спектр методів і засобів навчання, які застосовуються в навчальному процесі.

**Методи навчання** – це спільна діяльність викладача і студентів, направлена на оволодіння знаннями, вміннями, навиками.

Парадигма освіти, яка передбачала авторитарне, репродуктивне навчання відходить в минуле, на зміну приходить розвиваюче навчання, яке стимулює пізнавальну активність і розвиток продуктивного мислення, формує творчу особистість. Напрямок навчання на розвиток особистості в контексті моделі: природа – людина – суспільство. І тут особливе значення має туристсько-краєзнавча і рекреаційна діяльність, їх вплив на формування людини. Розвитку продуктивного цілісного мислення студентів і підвищення ефективності навчального процесу сприяють багатоманітні засоби: принцип наочності, активні форми і методи, інформаційні і комп'ютерні технології навчання.

**Задачі** викладачів туризмознавства:

- учити студентів творчо, самостійно працювати з інформаційними матеріалами, освоювати систему знань, аналізувати і формувати своє бачення будь-якої проблеми, давати оцінку подіям і явищам щодо власного буття;
- навчити студентів використовувати на практиці знання і вміння, знаходити шляхи вдосконалення і їх трансформації в реальних умовах ринкової економіки.

Викладач-новатор, який формує фахівців для туристської галузі, повинен **знати**:

- сутність туризму, його різновиди, рівень розвитку в Україні і інших країнах, економічну доцільність і т.д.;

- основи відповідної наукової теорії, методологію, гносеологію розвитку;

- педагогічну і туристську новизну;
- рівень розвитку відповідної науки;

**уміти:**

- любити людей, розумно сприймати оточуючий світ;
- творчо і цілісно мислити, орієнтуватися в нестандартних умовах;
- трансформувати негативні настрої, прагнути позитивного ставлення до світу, формувати комунікаційні здібності у майбутніх фахівців;

- враховувати психологічні особливості особистості.

Ці вимоги покладені в основу культури педагогічної діяльності. Орієнтація на культуру педагогічної праці – орієнтація на формування цілісного світогляду педагога, творця, новатора.

Новітні технології навчання передбачають не отримання просто знань, а творче ставлення до них, формування культуру, перетворюючи знання на частину особистого буття і свідомості людини.

*В арсеналі новітніх технологій відомі такі технології, як:* технологія модульного і модульно-рейтингового навчання, проблемного, розвиваючого, комп'ютерного, імітаційного, т'юторського, дистанційного, діалогового, інтенсивного т.д. Кожна з відзначених технологій має свої особливості в методиці, організації і контролі навчання.

При вивченні загальноосвітніх і спеціальних дисциплін має місце **технологія проблемного навчання**, яка передбачає створення проблемних ситуацій з метою розвитку пізнавальної творчої діяльності студентів. Студенти здобувають знання в процесі розв'язування проблемних ситуацій, розвивають креативне мислення, інтерес до знань.

Знайти проблему можна через постановку проблемного питання і створення проблемної ситуації, моральної колізії, інтригуючого питання, представлення альтернативної думки, зіткнення різних систем культурних цінностей, суперечностей, життєвих явищ і т.д.

В навчальному діалозі повинні зберігатися рівність позицій викладача і студента:

- вони обидва на рівних повинні відшукувати рішення проблеми;
- репліки студентів визначають напрям діалогу, який може розвиватися в несподіваному для викладача напрямі;
- викладач має право питаннями послідовно заглиблювати проблему, укріплювати її логіку, вибудовувати структуру діалогу.

**Модульно-рейтингова технологія** навчання набуває широкого вживання при вивченні економічного блоку дисциплін, фундаментальних, профільних. Ця технологія має на меті підвищити зацікавленість студентів в результатах навчання і об'єктивності оцінки знань по окремих предметах і професії в цілому, посилення відповідальності викладачів за комплексність і зваженість оцінок, а також відбору більш талановитої і працюючої студентської молоді для продовження навчання в магістратурі, аспірантурі і т.д.

Перевагами модульно-рейтингової системи навчання є:

- *самостійна і регулярна робота студентів протягом року; свобода вибору завдань;*
- *врахування всіх видів діяльності студентів;*
- *міцність знань і висока якість підготовки;*
- *підвищення ефективності навчального процесу;*
- *своєчасне коректування результатів контрольних заходів.*

Тут суттєве значення має підвищення ролі поточного і модульного контролю знань, надання модульним результатам особливого значення при підсумковій оцінці знань студентів, які є визначальною рисою використання модульно-рейтингової системи.

Ефективним видом навчання є **імітаційне або ігрове**. Воно почало активно упродовжуватися в навчальний процес в кінці ХХ століття. Фахівець галузі туризму сьогодні повинен не тільки все знати, але і бути організатором, керівником, технологом, бачити перспективу розвитку виробництва, уміти працювати з людьми, володіти особливостями ринкової економіки т.д.

Тому особливо на старших курсах поширеною активною формою навчання є ділові ігри. Вони:

- логічно продовжують процес навчання в умовах імітації виробничого процесу;
- майбутній фахівець здобуває і удосконалює уміння щодо вироблення і вживання рішень в конкретній ситуації;
- студенти набувають не тільки професійні, але і ділові навички: уміння адаптуватися в групі, розуміти мотиви і інтереси інших учасників гри, самостійно ухвалюють рішення, удосконалюють уміння групової взаємодії.

Імітаційно-ігровий підхід реалізується через використання імітаційно-ігрових форм і методів, які дають можливість не тільки з'ясувати, поглибити і закріпити теоретичний матеріал, але і навчити студентів самостійно мислити, діяти, вести науковий диспут, здійснювати пошук оптимального виходу із запропонованих професійних ситуацій і особисто відповідати за ухвалені рішення. Технологія імітаційно-ігрового навчання передбачає використання дидактичних, ролевих, ділових і інших ігор, системи тренінгів і т.д.

Серед інноваційних педагогічних технологій професійного розвитку майбутніх фахівців особливе місце займає **методика кейсів**. Кейс – це опис конкретної управлінської ситуації, її зміст відображає історію створення і організаційного становлення установи, зокрема турфірми, її розвиток і результати діяльності. Метою використовування кейса є набуття навичок роботи в конкретній ситуації, мобілізації всіх одержаних знань для вироблення практичної рекомендації щодо рішення тієї чи іншої проблеми, яка міститься в ситуаційній задачі.

Достатньо поширеними в підготовці фахівців для туристської галузі є **активні форми навчання**, зокрема „**круглі столи**” які проводяться з метою:

- формування наукових підходів теорії туризмології;
- комплексного обговорення сучасних актуальних проблем розвитку туристської індустрії;
- розгляду дискусійних питань по окремих професійних дисциплінах;

- осмислення і узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду в туризмі.

Особливий інтерес викликає **технологія дистанційної навчання**, під якою розуміють сукупність прийомів, дій, операцій учасників навчального процесу, які виконуються в певній послідовності, що дозволяє реалізувати особливості вибраного методу навчання. Дистанційне навчання – це нова модель освіти, зокрема управлінської ланки, яка базується на методології розвиваючої освіти. Це навчання на відстані, коли викладач і студент розділені простором і їх взаємодія здійснюється за допомогою:

- комп'ютерних і інформаційних технологій;
- супутникової системи зв'язку;
- навчального і кабельного телебачення, відеокасет;
- масової телефонізації;
- глобальних і регіональних мереж (INTERNET) і т.д.

Головний вектор розвитку педагогіки туризму є обґрунтування професійно орієнтованих інноваційних технологій, системоутворюючою основою яких є розвиток творчості, активної співпраці студентів і викладача, їх взаємодія.

Соціальні умови поставили перед викладачами масштабну задачу: трансформувати систему освіти і через неї – всю зону впливу освітньої системи на розвиток суспільства. Тому підготовка творчого викладача здатного зробити самостійний світоглядний вибір не тільки в пізнавальному плані, але і в життєво-практичному, уміти учити цьому молодь – достатньо важливе завдання. Це особливо важливо при формуванні фахівців такої «особливої» галузі, якою є туризм.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Особливості туризму у XXI столітті.
2. Які новації характеризують сучасний освітній процес в університетах світу?
3. Яку структуру має педагогічна технологія?
4. Які задачі покладені на викладачів туризмознавства?
5. Що повинен знати і уміти викладач-новатор?

6. Які ви знаєте педагогічні технології?
7. Які переваги має модульно-рейтингова технологія навчання?
8. Сутність імітаційно-ігрового підходу до навчального процесу.
9. Сутність методики кейсів.
10. Особливості дистанційного навчання.

**Рекомендована література:**

1. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика. – СПб.: Питер, 2001. – 283 с.
2. Білоус В.Т., Горюнова Л.І. Основи організації та викладання у вищій школі. – Ірпінь, 2001. – 140 с.
3. Гершунский Б.С., Малькова З.А. Педагогические аспекты концепции непрерывного образования // Теоретико-методологические и прикладные проблемы развития единой системы непрерывного образования: Материалы конф. – М.: АПН СССР, 1990. – Ч.1. – 271 с.
4. Леднев В.С. Непрерывное образование: структура и содержание. – М.: АПН СССР, 1988. – 282 с.
5. Краевский В.В. Содержание образования: вперед к прошлому. – М.: Педобщество России, 2000.
6. Крылова Н.Б. Культурология образования. – М.: Народное образование, 2000. – 269 с.
7. Кондрашова Л.В. Процесс обучения в высшей школе. – Кривой Рог: КГПУ; НВН, 2000. – С. 72.
8. Мехонцева Д.М. Объективные законы – основание для теории педагогики // Школьные технологии. – 2002. – №1. – С. 20-28.
9. Слободенюк Е.В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: Автореф. канд. філос. н.: 09.00.03. – К., 2003. – 19 с.



## **Тема 1.7 Міжнародний досвід туристської освіти.**

### **План:**

1. Тенденції розвитку сучасного світового туризму.
2. Досвід навчання професіоналів туризму в США.
3. Російська система освіти фахівців туристської справи.
4. Підготовка кадрів туризму в Україні.

**Туризм** – це дійсно дивний феномен життя людства ХХІ століття. Статистичні дані переконливо свідчать про безперестанне збільшення кількості мандрівників, підтверджують важливість туризму в соціально-економічному розвитку країни.

Статистика міжнародного туризму відповідно до методичних вказівок Всесвітньої туристської організації (ВТО) ведеться на основі такого статистичного показника: кожна особа, яка подорожує в яку-небудь країну, яка не є країною її звичайного мешкання і розташована за межами її звичайного середовища, на термін, який не перевищує 12 місяців, і головною метою поїздки якої не є заняття діяльністю, яку оплачує їй дана країна.

**Міжнародний турист** – це мандрівний іноземець, який ночує, щонайменше, одну ніч в колективному або індивідуальному засобі розміщення відвідуваної країни. **Міжнародний (іноземний) однокденний відвідувач** – це відвідувач, який не ночує в колективному або індивідуальному засобі розміщення у відвідуваній країні.

Найбільшим туристським центром і ринком є **Сполучені Штати Америки**. На американський континент припадає 21% всіх мандрівників і 30 % світових надходжень від туризму. В той же час для Європи аналогічні показники складають 60% відвідувачів, але тільки 48% туристських надходжень. Сьогодні росте нова тенденція руху туристських потоків у напрямі південь - північ: азіатські туристи слідує до Австралії і інших країн, розташованих між ними; європейці відкривають для себе північноамериканські напрями, а північні американці все більше віддають перевагу подорожам до Мексики, країн Карибського басейну і Південної Америки.

Основними критеріями вимірювання світового туризму є міжнародні туристські прибуття і прибуток, які одержують країни.

Щодо прибутків від міжнародного туризму, то в 2000 році вони склали 476 млрд. доларів США або майже 680 доларів на одне прибуття. Хто є лідером згідно з цим показником? Відповідь дає наступна таблиця: „ *Провідні країни світу по прибутку від туризму*”.

Абсолютним лідером по цьому показнику є США, де туризм визнаний другою найбільшою сферою використання праці після медичного обслуговування. Майже 10 млн. американців працюють на підприємствах, безпосередньо або опосередковано пов'язаних зі сферою туризму. Щорічна кількість зарубіжних відвідувачів в США наближається до 50 мільйонів. Туризм в цій країні є другим за розміром бізнесом в частині роздрібних продажах після послуг харчування, випереджаючи навіть автомобільний сектор економіки. Він є найбільшим джерелом залучення іноземної валюти, третім за розміром після енергетики, транспорту і хімічної промисловості. Окрім великих авіакомпаній і провідних готельних мереж, біля 95% підприємств, які працюють в індустрії гостинності США, належать до сфери малого підприємства. Це в першу чергу турагенства, які розміщуються в універмагах, невеликі сімейні мотелі, придорожні ресторани, місцеві туроператори, невеликі сувенірні лавки і т.д. В цілому кількість таких підприємств перевищує мільйон.

***Провідні країни світу по прибутку від туризму***  
(таблиця)

Країна	Надходження від міжнародного туризму (млрд. дол. США)		Зміни в % 2001/1999	Доля ринку (%) в 2000 г.
	в 1999 г.	в 2000 г.		
США	74,9	85,2	13,7	17,9
Іспанія	32,4	31,0	-4,3	6,5
Франція	31,5	29,9	-5,1	6,3
Італія	28,4	27,4	-3,2	5,8
Великобританія	20,2	19,5	-3,4	4,1
Німеччина	16,7	17,8	6,5	3,7
Китай	14,1	16,2	15,1	3,4

Австрія	12,5	11,4	-8,7	2,4
Канада	10,2	10,8	5,9	2,3
Греція	8,8	9,2	5,0	1,9
Австралія	8,0	8,4	5,3	1,8
Мексика	7,2	8,3	14,8	1,7
Гонконг (Китай)	7,2	7,9	9,4	1,7
Туреччина	5,2	7,6	46,8	1,6

*Джерело:* Всесвітня туристична організація (ВТО)

Аналізуючи стан і перспективи розвитку міжнародного туризму, необхідно усвідомлювати, які **чинники** впливають на нього. До довготривалих чинників, які об'єктивно сприяють поступовому розвитку міжнародного туризму, належать такі:

- **економічні** містяться в зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення частки споживаних послуг, у тому числі і туристських;

- **науково-технічний прогрес**, який зумовлює швидкий розвиток могутньої матеріально-технічної бази міжнародного туризму, іншими словами туристської індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про готельні мережі і інші колективні засоби розміщення, транспортні засоби для масових пасажирських перевезень. Окремо варто виділити впровадження в туристську індустрію комп'ютерної техніки, без чого сьогодні неможливо уявити організацію масового туризму;

- **демографічні**, які залежать від зростання народонаселення нашої планети. Так, в 2000 році на Землі жило більш ніж 6200 млрд. мешканців. Пропорційно зростанню народонаселення, а може і більше, можна передбачити зростання кількості мандрівників. До цих же чинників варто віднести і урбанізацію, тобто збільшення частини міських мешканців. В результаті більш активної участі міського населення в закордонних подорожах цей процес приведе до зростання міжнародного туризму. Важливим демографічним чинником є зміна вікової структури населення. Так, збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя стає причиною того, що більше людей мають час і кошти. А це дає можливість здійснювати закордонні подорожі;

- **соціальні** – зростання добробуту населення розвинених країн. Індустрія сучасного суспільства створює значні стресові навантаження на населення і відповідно спонукає до відпо-

чинку, рекреації, відновної активності, у тому числі за допомогою туризму. Тому промислові міста є місцями з підвищеним попитом на туризм з метою відпочинку. Тут формуються різноманітні сегменти з попитом на спортивний, пішохідний, пригодницький, сільський туризм і інші нетрадиційні види подорожей.

- *культурні* – зростання культурного рівня населення багатьох країн, а в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення з культурними цінностями інших країн;

- *міжнародні* – пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між провідними державами до співпраці і розуміння, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу.

Ці чинники діють постійно, але в певний період можуть посилюватися чи ослаблятися різноманітними менш масштабними і короточасними кон'юктурними змінами, урахування яких також входить до завдань маркетингових досліджень.

На загальний характер світового туризму, його динаміку і зміст суттєвий вплив надають природні катаклізми (землетруси, повені, пожежі і т.д.), соціальні потрясіння, війни. Останнім часом цей перелік поповнив світовий тероризм. Так після драматичних подій в США у вересні 2001 року у всьому світі відбулося різке скорочення обсягів турпоїздок, почалася хвиля ануляцій. Число іноземних туристів, наприклад, до Великобританії знизилася у вересні на 23,6%, завантаженість готелів в Іспанії знизилася на 20%. Слідства терористичних актів хворобливо ударили по авіакомпаніях. В Північній Америці скорочення пасажирських і вантажних потоків склало біля 30%, а у європейських і східно-азіатських авіакомпаній – 12%.

Все це відбулося на зайнятості у сфері подорожей і туризму. За оцінками Міжнародної організації праці (МОП) в кінці жовтня 2001 року близько 200 тис. з 4 млн. робітників авіакомпаній втратили роботу. Світова туристська співдружність оперативно прореагувала на загрози тероризму. ВТО передбачає створення і функціонування „Мережі безпеки у галузі туризму”, за ініціативою Генерального секретаря ВТО Ф.Франжіолі. ВТО в той же час створив „Комітет із подолання кризи”.

American Society Travel Agents (ASTA) – **американське товариство турагентів** – могутня світова професійна туристська асоціація, яка об'єднує 26500 членів з 165 країн. Захищаючи права мандрівників і туристської індустрії, організація керується принципом „*Чесність в туристській діяльності у всьому світі*”. Товариство забезпечує своїх членів передовими освітніми технологіями і надає всі наявні інформаційні ресурси; постійно перевіряє туристську сферу і знаходить нечесних операторів і інших службовців, які ошукують клієнтів, що завдає шкоди індустрії в цілому; добивається чесного суперництва, що безперечно йде на користь як професіоналам, так і споживачам.

ASTA має свій Етичний кодекс, якого зобов'язані дотримуватися всі члени організації. Саме на дотриманні цього кодексу члени Товариства будують свою репутацію.

Положення **Етичного кодексу американського товариства турагентів**. В цьому програмному документі визначена основна мета діяльності Товариства – підвищення професіоналізму і збільшення прибутків агентів за допомогою ефективних пропозицій, освіти і професійної підготовки фахівців на основі визначення і задоволення потреб і запитів тих, хто подорожує. Всі члени ASTA беруть на себе зобов'язання вести справи так, щоб укріпити ідеали чесності в туризмі, зобов'язуються діяти відповідно до основних положень кодексу.

В рамках ASTA діє *Автоматизована коаліція освіти*, яка вивчає потреби професійної підготовки для індустрії турагентів.

Для ефективної роботи у сфері туризму агенти повинні володіти уміннями роботи з комп'ютерними системами бронювання, а саме:

- ознайомлення з комп'ютерними системами бронювання;
- он-лайн ресурси;
- бронювання авіарейсів;
- запис імені пасажира, додаткові відомості запису імені пасажира;
- показ тарифу на екрані, розрахунок ціни маршруту, калькуляція міжнародного маршруту, збережена калькуляція;
- видача документів, оренда автомобіля;

- замовлення готелю, робота за шаблоном і т.д.

Для тих, хто серйозно вирішив зайнятися турбізнесом і присвятити йому життя, ASTA розкаже про особливості турагенцій, їх діяльності і дає цінні рекомендації щодо пошуку школи туристського профілю.

**Турагенти** – це в першу чергу люди, зайняті у продажах, вони виконують роль порадників і консультантів, займаються бухгалтерією, виписують квитки, ведуть документацію і звітність, виконують обов'язки адміністраторів служби прийому і обізнаних географів.

Діяльність турагента вимагає загальних ділових навиків, уміння продавати, слухати і давати відповідні поради і, звичайно ж, знання покупця.

**Турагенти пропонують** індивідуальні тури або супровід, рекомендують додаткові екскурсії і огляд місцевих видатних визначних пам'яток, відповідають на питання щодо паспортів і візового режиму. Їх можуть попросити порадити пристойний місцевий ресторанчик в будь-якій частині світу. Турагенти повинні уміти користуватися довідниками готелів і туроператорів. Працюючи на комп'ютерах, вони повинні володіти інформацією про розклад польотів, тарифи, ціни на послуги в готелях, оренду машин. Повинні знати митні правила, візові вимоги, стандарти охорони здоров'я і уміти пояснити їх клієнту. Обов'язком турагента є надання корисних і життєво важливих порад туристу, який прибув до будь-якої країни світу.

Головне **завдання** турагента – задоволення, яке турист повинен отримати від поїздки та її організації. Як правило, робочий тиждень в агентстві складає 40 годин. Основну частину робочого часу, вільну від продажів, агенти присвячують дослідженню позицій агентства.

По своїй економічній значущості туризм став за своїм обсягом *другим бізнесом Америки*. За даними Міністерства торгівлі США, в 2000 р. туризм і подорожі стали індустрією номер один в країні. У наш час 6,7% валового національного доходу країни припадає на туристську сферу. Туризм створює величезну кількість робочих місць – більше, ніж інші галузі, не враховуючи охорону здоров'я і виробництво. В 1990 р. виплати за

платіжними відомостями в туризмі складала 83,4 млрд. доларів з кількістю понад 6 млн. робочих місць.

В США для тих, хто має бажання працювати в індустрії туризму, є декілька можливостей дістати освіту.

Сьогодні значна частина турагенств віддає перевагу тим співробітникам, які дістали більш формальну освіту, наприклад в приватних патентних школах. Денні і вечірні курси пропонують численні туристські школи, турагенства та інші організації. Професійні школи навчають основним умінням і навикам турагента за 6-18 тижнів. Крім того, найбільші турагенства пропонують власні програми професійної підготовки.

Функціонують курси, які дають освіту на рівні коледжу. Багато громадських коледжів і декілька університетів пропонують курси менеджменту туризму і подорожей. Коледжі й університети пропонують двох - і чотирирітню програму навчання за профілем „Туризм і подорожі” для отримання диплома і післядипломної освіти. Американське суспільство турагентів вирішальним моментом в цьому питанні вважає правильний вибір програми підготовки. Перш ніж ухвалити остаточне рішення слід ретельно вивчити рівень і умови професійної туристської підготовки і освіти, можливості конкретного навчального закладу.

Університет Джонсон і Уельс (м. Провіденс, штат Род Айленд), член американської асоціації відкритої освіти, має в своєму складі декілька коледжів і акредитацію міжнародного університету професійного туристського навчання. Університет спеціалізується на стаціонарному і відкритому дистанційно-заочному навчанні поштою, пропонуючи 18 програм професійної підготовки у сфері менеджменту. Університет забезпечує своїх студентів десятками навчальних посібників об'ємом 200-300 сторінок за кожною програмою, створених фахівцями. Посібники написані простою, ясною і доступною англійською мовою, містять ілюстрації. Після кожної з трьох частин посібник вміщає короткий тест для самоконтролю. Учні відповідають на питання і виконують вправи. Відповіді рекомендуються звіряти із запропонованими зразками, поданими у вигляді коротких повідомлень по найважливіших темах. Після засвоєння всіх трьох

частин посібника студенти заочники посилають свої роботи на перевірку.

Регулярні перевірки-іспити забезпечують необхідний контроль засвоєння програми. За виконану роботу учням виставляється оцінка у відсотках. Коледж бере на себе зобов'язання протягом двох робочих днів після отримання повертати перевірені роботи. В університеті студентів навчають не тільки теорії, але і тому, як застосувати її на практиці, отже, учні можуть швидко застосовувати її на практиці і використовувати набуті знання.

Кожна з 18 програм професійної підготовки може бути освоєна мінімум за 4-6 місяців, максимум – за 12 місяців. Коли студент засвоїв матеріал всіх чотирьох посібників, він посилає підсумкову роботу на екзаменаційну перевірку, і якщо вона вважається задовільною, то він одержує диплом зі срібною печаткою, посібник з працевлаштування і просування по службі на 92 сторінках і спеціальний подарунок. На титульній сторінці диплома указується оцінка, яка є середнім балом, одержаним за все виконані завдання.

Розглянемо зміст освіти за двома програмами, які пов'язані з індустрією туризму. Навчальний план програми „**Туризм і управління турагенством**” направлений на вивчення практики турагенств як дрібних туристських організацій, які здійснюють посередницький зв'язок між туроператорами і іншими туркомпаніями, з одного боку, і потенційними туристами – з іншого. В ньому розглядаються не тільки практичне планування, розвиток і функціонування туризму, але і питання туристського ринку, приділяється окрема увага маркетингу і турпродуктам, роботі турагенства. План включає 14 дисциплін:

1. Індустрія подорожей і туризму, її продукти і послуги.
2. Важливість туризму (міжнародне і національне значення); економічні і соціальні наслідки розвитку туризму.
3. Чинники, які слід враховувати в процесі розвитку туризму, особливо в країнах, які розвиваються.
4. Прямі, непрямі і індуковані прибутки від туризму, коефіцієнт приросту туристського прибутку.



5. Мандрівники і приїжджі, статистика в туризмі, користувачі туристської статистики.

6. Туристські центри, привабливі місця, зручності, транспортні розв'язки, розвиток, інфраструктура і надбудова.

7. Туристські ринки: різні види ринків туризму дозвілля і активного туризму, їх риси, ринок бізнес – туризму, мотивації подорожей.

8. Структура і організації туристської індустрії: головні організації, типи туроператорів і турагентів, основні канали розподілу і економіка.

9. Туроператори, типи, економіка „все включено”, пакет-тури, їх загальні риси та інші послуги.

10. Авіа-, залізничні, сухопутні, морські, внутрішні річкові перевезення, що координують організації, страхування подорожей.

11. Сектор розміщення і його структури, типи і градація, організація харчування.

12. Турагенції: типи, головні ринки, роль і функції, місце розташування, план і інтер'єр офісу, меблі і устаткування, оформлення зовнішніх вітрин.

13. Турагенція: призначення, ліцензії, економічні операції, управління, надання робочих місць, професійне навчання, контроль за персоналом.

14. Маркетинг і просування туризму на ринку, національна реклама і реклама турцентрів, значення і основні риси якісного туристського проспекту.

Програма „Готельні операції і менеджмент” розглядає готель як єдність підрозділів, чия злагоджена і ефективна робота забезпечує задоволення гостей і збільшує прибуток підприємства. Навчальний план передбачає опанування всіма головними операціями плюс навчання ефективного планування, упровадження і управління цими операціями. Програма навчання складається з таких дисциплін:

1. Готелі як підприємства бізнесу – їх функції, типи, розміри, стандарти, місця розташування, умови, типи гостей, цілі візитів, системи класифікації.

2. Готельні продукти і ринки розміщення, страви, напої.

3. Гостиничний маркетинг, методи продажу готельного продукту: брошури, реклама, прямі продажу, турагенти, агенти з розміщення, туроператори.

4. Організаційні структури готелю, відділи готелю, обов'язку управлінської ланки: набір персоналу, навчання, мотивація, керівництво і контроль.

5. Служба прийому готелю, службовці та їх обов'язки: процедура реєстрації – розміщення, відповіді на питання, надання інформації, робота зі скаргами, рахунки, виїзд з готелю і робота касира; персонал, одягнений в уніформу, і його обов'язки.

6. Номера: меблі, устаткування, оформлення, освітлення; ванні кімнати в номері, меблі і устаткування, ванні кімнати і туалети, коридори і сходи.

7. Служба покоївок, персонал і обов'язки.

8. Організація громадського харчування в готелі: прийом їжі і меню; закупівля, отримання, зберігання і використання продуктів; приготування їжі, кухні і заготівки; контроль цін.

9. Типи готельних ресторанів, меню, які пропонуються, стилі обслуговування, самообслуговування, офіціанти, персонал ресторану, обслуговування у вестибулях, функціональному харчуванні.

10. Продаж алкогольних і безалкогольних напоїв в готельних барах різних типів і ресторанах, закупівля, зберігання і видача напоїв, контроль, продаж.

11. Обслуговування в номері, користування телефонами, пральними і іншими побутовими послугами.

12. Бухгалтерський і фінансовий облік: капітал, прибуток, витрати, фінансові документи, визначення збитків і прибутків, складання балансового звіту.

13. Різновиди підприємницької власності: приватна, партнерство, компанії з обмеженою відповідальністю.

14. Приклади практичного використання комп'ютерів в різних службах готелю.

Вивчаючи американську практику професійної туристської освіти, можна відзначити її надзвичайну вимогливість до професіоналізму працівників, зайнятих в індустрії туризму, за допомогою різних програм навчання:

- безпосередньо в туристських агентствах;
- курсовій мережі;
- в системі двох - і чотирирічного навчання за програмами коледжів і університетів; стаціонарно і без відриву від роботи за програмами дистанційного заочного навчання.

Вимоги до професійного навчання кадрів і їх компетенції впливають з Етичного кодексу американського товариства турагенств, яке має в своєму складі Автоматизовану коаліцію освіти і керується з освітньою метою Контрольним переліком навиків, які повинні бути засвоєні всіма фахівцями туристської сфери.

**Вітчизняний туризм** має солідну власну традицію у всіх його складових: організація любительських і професійних об'єднань прихильників подорожей, становлення індустрії туристських послуг і перебудова багатогранної інфраструктури гостинності, ініціативні заходи щодо нормативно-правової легалізації практики діяльності підприємств туристської сфери, вироблення і впровадження політики розвитку туризму, як на державному, так і на регіональному рівні. Російський досвід встановлення міжнародних зв'язків з партнерами з туристського бізнесу, у тому числі і з українськими організаціями, установами, фірмами і т.д. має свою історію. В Росії вже склалася розгалужена система підготовки і перепідготовки кадрів фахівців туристської справи, розроблена методологія і методика освітньо-педагогічного процесу, відбулося осмислення як суспільного явища („туристика”).

Одним з перших організаторів і ентузіастів екскурсійної роботи з дітьми в Російській імперії був декабрист І. Якушкін. Знаходячись на засланні в Тюменській губернії, він працював в жіночій школі і з перших років її створення практикував літні походи і екскурсії зі своїми вихованками, головним чином з метою вивчення природи. Більшість дослідників початком організованого російського туризму вважає 1777 рік, коли В. Генш видав „ *План подорожі, що робиться, в чужі краї*”. Свій план він почав того, що відзначив необхідність розвивати розум дитини не тільки науками, але і шляхом ознайомлення з навколишнім світом за допомогою корисних подорожей.

Значний розвиток педагогіки туризму в Росії нового часу припадає на другу половину XIX століття – епоху важливих соціальних реформ, які відбувалися в процесі скасування кріпосної залежності селянства. Це була епоха розквіту національної російської педагогіки, представники якої зробили гідний внесок у розвиток світової педагогічної думки.

В історії розвитку педагогічної теорії важливе місце належить П. Лесгафту (1837-1909 рр.) – засновнику науки про фізичне виховання. Йому вдалося створити оригінальну, струнку і розгорнену систему фізичної освіти (виховання). Вважаючи педагогіку соціальною, тобто „людинотворчою” наукою, П. Лесгафт віддав належне з'ясуванню антропологічної і біологічної основ теорії освіти і виховання.

З 1899 р. в Москві при „Педагогічному товаристві” працювала комісія по організації загальноосвітніх екскурсій для учнів гімназій, комерційних і реальних училищ і шкіл, що зіграло позитивну роль в залученні школярів до пізнання природи, історії і культури Росії.

В 90-і роки XIX століття шкільно-екскурсійна справа мала підтримку офіційної влади, зокрема Міністерства народної освіти, а також Синоду, які вирішили використовувати екскурсії як один із засобів морально-релігійного виховання учнів, хоча в основному в ті роки екскурсії проводилися переважно з метою вивчення навколишнього середовища.

Видатним представником педагогічної думки Росії XIX століття був К. Ушинський (1824-1870) – засновник наукової педагогіки, який спирався на ідею народності. Він першим зробив спробу узагальнити наукові знання про людину виходячи з визнання взаємозв'язку педагогіки з даними антропологічних наук.

Ідея народності, яка була проголошена К. Ушинським, як : «потреба кожного народу у власній системі виховання і навчання зі своїми характерними національними рисами і творчими проявами» обґрунтована:

на принципі, пріоритету російської мови, як предмету шкільної освіти і виховання;

принципі праці, як провідного чинника розвитку особистості;

на принципі природовідповідності.

Окрім основних наук і дисциплін, які розвивають учня розумово, вважав Ушинський, повинні викладати науки, які розвивають його морально, фізично і естетично, оскільки навчання виконує подвійну задачу – освітню і виховну. Перша його частина означає раціональне засвоєння людиною необхідних знань про природу, суспільство, інша – формування світогляду і переконань, що неможливо без практичного єднання людини з природою, культурою, історією. Тому екскурсійна діяльність в школах, гімназіях, училищах, університетах повинна розвиватися, збагативши процес навчання молоді.

Серед тих, хто займався питаннями виховання і освіти молоді і підростаючого покоління в другій половині XIX ст. і бачив особливий шлях у вільному вихованні, визначальна роль належить Л. Толстому (1828-1910 рр.).

Ідеальною школою Л.Толстой уявляв як вільну співдружність, де вчителі повідомляють знання, а учні їх вільно сприймають і все відбувається в єднанні з природою. Великий гуманіст, письменник наполягав на необхідності врахування індивідуально-вікових особливостей дитини та її інтересів, проводив навчання дітей під час прогулянок (принцип природовідповідності).

Поява *екскурсійно-туристських організацій пізнавального туризму*:

„Російське туристське товариство” (в 1895 р.);

„Російське гірське товариство туристів” (1896-1897 рр.);

„Кримський гірський клуб” (в кінці 80-х);

„Ялтинське бюро подорожей і екскурсій” (1895) стали вагомою базою для розвитку педагогічних ідей виховання і навчання засобами подорожей.

Підвищений інтерес до екскурсій, який виник серед різних верств населення на початку XX ст., став поштовхом для створення при деяких товариствах екскурсійних комісій, які виконували функції сприяння екскурсійним групам і окремим екскурсантам під час ознайомлення із столицями і губернськими містами. Важливий внесок у розвиток зарубіжних поїздок внесла екскурсійна комісія навчального відділу „Товариства розповсюдження технічних знань” (в 1908 р.) – за п'ять років своєї

діяльності вона допомогла побувати за рубежем приблизно семи тисячам любителів подорожей, у тому числі чотирьом з половиною тисячам вчителів з різних міст Росії. Групи педагогів відвідали Німеччину, Швейцарію, Італію, Японію, Англію і Скандинавські країни. Це ще раз продемонструвало пізнавальні і виховні можливості туризму.

1918 рік – створення в системі Наркомпросу РРФСР Центральної дитячої екскурсійно-туристської станції, основним завданням якої стало сприяння розвитку екскурсійно-туристської роботи в шкільних і піонерських організаціях, в дитячих клубах і осередках за місцем проживання (важливий момент систематизації масового туризму).

В 1924-1928 роках керівником туристсько-екскурсійної справи був Наркомпрос. В різних районах діяли бюро туризму і екскурсій, перед якими ставилися завдання сприяти масовим подорожам. При них працювали секції красзнавства, приміського туризму, до яких залучалася велика кількість школярів, учнів, студентів, молоді, робітників. Туризм – могутній засіб підвищення культурного рівня молоді, засіб виховання духу колективізму, патріотизму і інтернаціоналізму.

Творчо переосмислюючи класичну педагогічну спадщину, беручи активну участь в педагогічних пошуках кінця 20-х – початку 30-х років, А. Макаренко (1888-1939 рр.) визначив і розробив ряд нових проблем виховання. Його головна ідея – це ідея виховного колективу, «виховання в колективі і через колектив». Суть цієї ідеї полягала в необхідності формування єдиного колективу педагогів і вихованців, життєдіяльність якого є „цілющим середовищем” для розвитку особистості і індивідуальності. Спільні походи, поїздки, прогулянки, екскурсії тільки посилюють виховний потенціал педагогів і позитивно впливають на різні сторони особистості: етичну, естетичну, фізичну, інтелектуальну.

Під час Великої Вітчизняної війни туристсько-екскурсійна діяльність в країні була повністю припинена. Матеріально-технічна база туризму в районах, тимчасово окупованих німецько-фашистськими загарбниками, була пограбована і знищена. Тому туристська діяльність в післявоєнні роки відроджу-

валася досить повільно і суперечливо, на чому відображався, до речі, залишковий принцип фінансування соціальної сфери.

На початку 60-х років в країні спостерігається активізація туристської діяльності, практично у всіх кряях і областях були організовані ради з туризму, відроджені і відновлені дитячі туристсько-екскурсійні станції, які розробляли і освоювали туристські маршрути. Туристські подорожі знову стають однією з найпопулярніших форм відпочинку і виховання громадян. З кожним роком розширялася географія всесоюзних маршрутів, розвивалися різні види туризму. Популярністю користувалися місцеві маршрути, маршрути вихідного дня для сімей з дітьми. Розвивався річковий туризм, проводилися морські екскурсії по Чорному, Японському, Охотському, Білому, Баренцовому і Червоному морях. В 80-і роки масового характеру набули авіаційні, залізничні і автобусні туристські маршрути.

Оскільки в новому тисячолітті нас чекають перспективи розвитку людства з позицій інформаційних технологій, ресурсів і послуг, це дає надію на відродження і розвиток всіх педагогічних потенцій туризму, без якого подальший розвиток освіти і виховання неможливий. В основі цих надій такі загальнолюдські цінності як історія, культура, духовність. Взаємозв'язок цих категорій з туризмом, освітою і педагогікою є неспростовній. Тому розвиток педагогіки і упровадження педагогічних технологій і концепцій системи безперервної, професійної туристської освіти і туристської діяльності є не тільки закономірними, але і винятково значущими.

Отже, вітчизняна суспільно-педагогічна думка протягом декількох етапів свого історичного розвитку, створила і продовжує кріпити соціально-педагогічний підхід і передумови не тільки у формуванні, але і в подальшому просуванні системи професійної туристської освіти в її цілісності і безперервності.

Одним з свідoctв, проявів інноваційних процесів в російському туризмі є *створення і діяльність Російської міжнародної академії туризму (РМАТ)*. Її засновники спиралися на концептуальні принципи міжнародних інституцій освіти і туризму. При створенні РМАТ враховувався як вітчизняний, так і міжнародний досвід, наявність працівників, здатних до творчої, організаційно-педагогічної, науково-дослідної роботи. Головний

потенціал Туристського університету – той актив ентузіастів туристської справи, який формувався в Росії протягом довгого часу.

Протягом останнього десятиріччя (1990-2002 рр.) обкреслилися і такі пріоритетні завдання організаційно-педагогічної роботи в туризмі, як:

- скорочення зайвих ланок управління;
- дискусійно-проблемний метод обговорення програм підготовки кадрів;
- інтенсивна передача педагогічних функцій і повноважень всім рівням туристської освіти, відвертість, доступність і компетентна організація педагогічного процесу і туристської справи;
- визначення особистої відповідальності кожного педагога за спеціалізацію і профіль підготовки фахівців;
- підвищення педагогічної і управлінської культури фахівців;
- поглиблена навчальна практика працівників і функціонерів в туристських і громадських колективах;
- зв'язок кадрів з туристською громадськістю на основі високого професіоналізму, працьовитості, доступності і пошани до освіти.

Важливим принципом роботи з підготовки фахівця туризму є не тільки вимога до його діловитості, компетентності, високої професійної відповідальності, але і послідовне врахування інтернаціоналізації світових громадських туристських зв'язків, які заглиблюються. Негативні явища, які накопичилися в громадському житті останніх років (тероризм, напади на туристів і т.д.), конкретизували вимоги щодо уміння протистояти націоналізму і шовінізму. Сучасна концепція громадських туристських зв'язків передбачає дружнє співіснування народів, збереження самостійності і самобутності їх культур, традицій, мови, органічне поєднання національних і міжнародних цінностей. Туристські організації в процесі реалізації туристських проектів і програм спілкування в межах міжнародних відносин повинні враховувати особливості національного характеру, прояву національних традицій, психології і свідомості. Зневага до наці-



онального чинника приводять до серйозних помилок, до негативних наслідків.

Досвід туристської практики сучасності поставив на порядок денний доцільність формування системи безперервно-професійної освіти в туризмі. Визначаючий характер діяльності системи туристської освіти в нових умовах спонукає розглядати туризм як сектор економіки, як соціокультурне явище, яке піддається певним перетворенням, посилює роль громадського і кадрового туристського активу.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Назвіть європейські країни, які мають «бінарну» систему вищої освіти?
2. В яких країнах існує так звана «унітарна» система вищої освіти?
3. До якої окремої групи входять спеціалізовані середні й вищі навчальні заклади країн колишнього соціалістичного табору?
4. Проаналізувати навчальну діяльність Корнуолл коледжу. Яку систему вищої освіти пропонує коледж? Які шість програм існують в навчальному закладі?
5. Які умови навчання пропонує Борнмутський університет?
6. Назвіть школи Швейцарії, в яких здійснюється підготовка фахівців туризму і менеджменту?
7. До якої країни належить Транснаціональна туристсько-готельна корпорація ACCOR? В чому полягає провідна концепція Групи ACCOR?
8. Назвіть школи Франції, які ведуть підготовку фахівців туризму і готельного господарства.
9. Які традиції ввібрала Російська система освіти фахівців туристської справи?
10. Перерахуйте особливості діяльності навчальних закладів, що готують фахівців для сфери туризму у зарубіжних країнах.

### **Рекомендована література:**

1. Акселерод В. 25 – возраст молодости // Вестник детско-юношеского туризма в России. – 1999. – № 2-3 (30-31). – С. 32-37.

2. Высшее образование в XXI в.: Подходы и практические меры. Заключительный доклад Всемирной конференции по высшему образованию. Париж, 4-9 октября 1999. – Париж, 1999. – С.25.

3. Корсак К.В. Світова вища освіта. Порівняння і визначення закордонних кваліфікацій і дипломів : монографія / за заг. ред. проф. Фокіна Г.В. – К.: МАУП –МКА, 1997. – 208 с.

4. Кюнцли Андреас. Гостиничный бизнес // Обучение за рубежом. – 2002. – №2. – С.7-9.

5. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.А. Зязюна. – К., 2000. – С. 29-31.

6. Шлевков Андрей. Тенденции развития мирового туризма в свете кризиса 11 сентября // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2001. – №4. – С. 5-8.

## МОДУЛЬ Б. МАЙСТЕРНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

### Тема 2.1 Педагогіка іміджу туристської фірми.

#### План:

1. Поняття іміджу.
2. Внутрішній імідж туристської фірми:
  - взаємозв'язок корпоративної філософії і внутрішнього іміджу;
  - створення системи цінностей.
3. Зовнішній імідж туристської фірми:
  - елементи зовнішнього іміджу;
  - оформлення офісу;
  - підвищення статусу туристкою фірми;
  - зовнішній вигляд співробітників.

В даний час керівники більшості туристських фірм розуміють, що отримання привабливого іміджу підприємством не примха, а об'єктивна необхідність. Частіше за все від іміджу залежить бажання потенційних партнерів співробітничати з конкретною фірмою, тобто сприятливий імідж є одним з найважливіших чинників, що визначають комерційний успіх. Але **що ж таке імідж?**

Багато хто вважає, що для створення іміджу дорогого підприємства достатньо витримати єдиний стиль в інтер'єрі і одягнути співробітників так, щоб вони добре виглядали. Але це дуже вузьке розуміння іміджу, позбавлене багатьох других не менше важливих складових. Керуючись подібним підходом, важко досягти позитивних результатів, оскільки красива обгортка – це не показник такого ж внутрішнього змісту.

**Імідж** (англ. слово „image” в українській мові набуло безліч значень – *роль, ампула, образ, типаж, манера, стиль, мода, репутація, лицедійство, маска, установка, персоніфікація* і т.д.)

**Імідж** – це „все те, що має хоч якесь відношення до компанії і пропонованим нею товарам і послугам., пише Д.Доті в своїй книзі «Паблісіті і паблік рилейшенз».

**Імідж** – є не просто «політика в області дизайну або система ідентифікації, а тотальна комунікація», яка здійснюється у всіх областях діяльності підприємства без виключення, вважає А. Чуміков.

Після того, як ми встановили, що ж є іміджем фірми, виникає цілком логічне питання: яким чином він створюється? Існує спеціально розроблений план з побудови ефективного і різнобічного іміджу підприємства. Його основними елементами є:

1. Закладка фундаменту (корпоративна філософія).
2. Створення внутрішнього іміджу, інструментарій:
  - кадрова політика підприємства;
  - орієнтація і тренінги співробітників;
  - система заохочення співробітників.
3. Створення зовнішнього іміджу, інструментарій:
  - якість товару / послуги;
  - відчутний імідж;
  - рекламна компанія;
  - зв'язки із засобами масової інформації;
  - зовнішній вигляд співробітників.

Ці ключові моменти плану дозволяють досягти високого рівня компетенції співробітників і їх ефективної роботи з клієнтом; встановити емоційний зв'язок із споживачем; підтримувати імідж успішного підприємства.

Всі елементи плану однаково важливі, проте, як показує практика, не всім з них приділяється належна увага. Звичайно, основною задачею ставиться відчутний **імідж** (назва, слоган, товарний знак), але позбавляється уваги такий не менш важливий чинник, як розробка корпоративної філософії підприємства. І це відбувається, не дивлячись на те, що саме вона служить основою плану з побудови іміджу організації.

Часто зневажливо ставляться і до елементів внутрішнього іміджу. Хоча ставлення персоналу до роботи і його емоційний настрій впливають на репутацію підприємства не менш ніж видимі елементи іміджу. Адже саме співробітники є будівниками і носіями іміджу фірми. Вони представляють її перед клієнтом, створюють найважливіший емоційний зв'язок підприємства із споживачем.

**Відчутний імідж** – це те, що клієнт може відчутти за допомогою п'яти органів чуттів: зору, слуху, нюху, дотики і смаку. Так в споживача формується перше враження про підприємство.

**Невідчутний імідж** – реакція клієнта у відповідь на процес обслуговування і ставлення до нього співробітників фірми.

**Внутрішній імідж** – атмосфера усередині організації, ставлення співробітників до своєї роботи, керівників і політики, що проводиться ними. Внутрішній імідж визначає відданість персоналу своїй фірмі.

**Зовнішній імідж** – результат дії перших трьох чинників в поєднанні з громадською думкою про підприємство, формованою рекламною кампанією, якістю послуг і зв'язками із ЗМІ (сприйняття підприємства суспільством).

Створення сприятливого іміджу будь-якої фірми, у тому числі туристської, - *це реалізація складного і різнобічного плану, всі елементи якого взаємозв'язані*. План найбільш ефективний тоді, коли всі його розділи працюють разом.

**Корпоративна філософія** – це сукупність морально-етичних і ділових норм і принципів, якими керуються співробітники туристської фірми в своїй роботі.

Корпоративна філософія і внутрішній імідж туристського підприємства тісно зв'язані між собою. Філософія фірми – це теоретичний орієнтир на систему цінностей і моделей поведінки, а внутрішній імідж – це практичне втілення ціннісних установок в конкретних життєвих ситуаціях. Таким чином, морально-етичні норми і принципи, закріплені корпоративною філософією, просочують колектив зсередини за допомогою внутрішнього іміджу.

Будучи реальною формою прояву корпоративної філософії, внутрішній імідж туристської фірми формується під впливом наступних чинників:

- кадрової політики підприємства;
- орієнтації і тренінгів співробітників;
- системи заохочення співробітників.

**Кадрова політика підприємства** включає: рівень заробітної платні, повноваження співробітника тієї чи іншої посади,

можливість просування службовими сходами, різного роду винагороди і премії, внутрішні комунікації.

**Орієнтація і тренінги співробітників** сприяють створенню у них комплексного образу власної фірми. Тренінги дають персоналу знання і мотивацію, необхідні для представлення підприємства клієнтам. Орієнтація і тренінги визначають, наскільки ефективно співробітники встановлюють емоційні зв'язки із споживачами, наскільки компетентно і професійно вони виконують свої обов'язки.

**Система заохочення** є одним з найефективніших способів створення високої мотивації і морального настрою співробітників. І хоча вона спочатку вимагає значних витрат, надалі окупає себе з лишком. Ця система зачіпає основну емоційну потребу людини – прагнення до відчуття своєї значущості і потреба в схваленні з боку оточуючих.

Під впливом всіх перелічених чинників внутрішній імідж туристської фірми виконує наступні функції:

- створює емоційний тон сприйняття ціннісних установок;
- ілюструє норми і принципи корпоративної філософії в яскравих і дохідливих образах;
- формує в кожного співробітника особисту зацікавленість в приналежності до єдиного згуртованого колективу.

Все це створює сприятливий ґрунт для реалізації функцій корпоративної філософії:

- визначення цілі;
- мобілізація ресурсів;
- самоідентифікація персоналу;
- створення системи цінностей для співробітників.

Ці функції багато в чому визначають успішну діяльність туристської фірми, тому доцільно розглянути кожен з їх окремо.

Корпоративна філософія туристської фірми повинна ставити перед співробітниками мету або давати прогноз. Прогноз завжди пов'язаний із створенням ідеалу, який означає не просто те, що буде, а те, що повинно бути. Необхідно, щоб працівники зрозуміли і прийняли цей ідеал. Від того, наскільки близько во-

ни сприймуть його, залежатиме успіх дії ціннісних установок, передбачених корпоративною філософією.

Для того, щоб потрібний ідеал все-таки був сприйнятий, кожного співробітника необхідно переконати в тому, що це його власний ідеал. В цьому важливу роль грає імідж туристської фірми. *Імідж*, будучи, комплексом яскравих і дохідливих образів, кожний з яких несе у себе потрібну ідею, дає працівнику можливість виділити ідею із сприйнятого іміджу. Таким чином, ідеал, донесений за допомогою іміджу, стає предметом власної переконаності і віри. Слід зазначити, що ідеал може бути об'єктивно недосяжним, але в його втілення повинен вірити персонал. Якщо поставити перед собою велику мету – доб'єшся маленьких, якщо маленьку – не доб'єшся нічого. Численні приклади підтвердили справедливість цього твердження. Туристська фірма, що починає, повинна поставити перед собою надзадачу, досягнення якої прагнутиме весь трудовий колектив. Тільки в цьому випадку підприємство стане успішним.

Отримання максимального прибутку – не найвдаліший варіант надзадачі. Це короткострокова мета. Вона знаходиться усередині фірми і не спонукає її до масштабного розвитку. Мету необхідно винести якомога далі за межі підприємства. Це створить враження того, що персонал бореться проти зовнішнього ворога. Всі співробітники надихнуться, у всіх буде загальна справа. Задоволеність роботою збільшиться від усвідомлення власної участі у досягненні неймовірних вершин. Як тільки зовнішній ворог пропаде, зразу ж кардинально зміниться ситуація. Працівники почнуть думати про те, кому більше платять або у кого більше влади. Тому чим «захмарніше» буде поставлена мета, тим більше шансів в колективу стати єдиною згуртованою командою.

Корпоративна філософія повинна спонукати співробітників туристської фірми на ті чи інші дії для досягнення поставленої цілі. Сама наявність визначеної цілі вже створює мобілізуючу дію на персонал. Це можна пояснити таким чином. Для людини дуже важливо знаходитися в стані упевненості в чомунбудь. Це її нормальний психологічний стан. Упевнена людина відчуває себе спокійно, комфортно і безпечно. Навпаки, стан невпевненості і невизначеності вселяє тривогу, сум'яття і страх,

перешкоджає ефективній діяльності людини. Перебувати в такому дискомфорті тривалий час дуже важко. Тому людина прагне уникати неприсного стану невпевненості. Наявність цілі, заданою корпоративною філософією, і поступальний рух до неї дозволяють досягти цього: невизначеність розсівається, мобілізуються ресурси для постійного відтворювання цього руху.

Самоідентифікація персоналу як функція корпоративної філософії передбачає розвиток в співробітників прихильності своїй фірмі, яку можна б було порівняти з національною приналежністю. Кожний працівник повинен усвідомлювати себе, перш за все повноправним членом підприємства. Оточуючий світ необхідно чітко розділити за принципом «ми – вони» і дати точні відповіді на питання: «хто ми?» і «Чим ми відрізняємося від їх?». Пошуки відповідей слід почати з вивчення зразків поведінки, що мають місце у минулому, тобто слід звернутися до історії підприємства.

Молоді туристські фірми, як правило, відчувають дефіцит історичного минулого. Якщо історії немає або вона бідна подіями, необхідно придумати міф, не забуваючи, звичайно ж, про правдоподібність. Міф – це не завжди чиста вигадка. Він може являти собою інтерпретовані певним чином реальні події. Міфи створюють героїв, моделі поведінки, яких визнаються зразковими і вселяють нинішньому персоналу віру в успіх.

Молодий співробітник туристського підприємства засиджується в офісі допізна, проводить і зустрічає клієнтів в аеропорту або на вокзалі, терпляче вислуховує часом несправедливі докори з боку незадоволених туристів зовсім не через те, що так йому хочеться. Він діє так тому, що історія або міф його фірми підтримує уявлення про таку поведінку, як про спосіб життя. Таким чином, історичне минуле, реальне і вигадане, допомагає доносити до співробітників зразки поведінки і ціннісні установки, прийняті туристським підприємством, у вигляді яскравих і дохідливих образів.

Проте історія і міфи позитивно впливають не тільки на персонал фірми, але і на її клієнтів. Туристська організація, що має власну історію, викликає більше довір'я в споживачів. Історія або міф створює враження ґрунтовності, солідності і надійності, полегшує діалог між фірмою і клієнтами. Повертаючись



до персоналу туристського підприємства, хотілося б відзначити ще один факт. У міру задоволення матеріальних потреб в працівників посилюється потреба іншого порядку – необхідність в усвідомленні власної діяльності. Саме корпоративна філософія дає співробітникам істинний сенс їх роботи, який полягає не тільки в грошовій винагороді. Людина хоче отримувати задоволення від своєї діяльності, а не працювати просто «гвинтом» без ідеї.

Система цінностей і моделей поведінки персоналу закріплюється більшою мірою міфами і в меншій – історією туристського підприємства. Таку диспропорцію можна пояснити таким чином. Історія фірми є реальними, що послідовно відбулися, подіями. Ці події самі по собі не завжди можуть створити ціннісні установки і принципи поведінки для персоналу, оскільки дійсні факти можна тлумачити по-різному або подати в непривабливому вигляді.

Міфи, на відміну від історії, дають потрібну інтерпретацію реальним фактам, щось коректують, прикрашають, роблять акцент на якихось позитивних моментах, приховуючи безсторонні деталі, створюють ідеал. Герой міфу – це, як правило, досконалий співробітник із зразковою поведінкою, що працює понад норму і який отримує від своєї діяльності задоволення. Міфи демонструють еталон поведінки, до якої повинен прагнути персонал. Таким чином, міфи – це та ж система цінностей і моделей поведінки, тільки представлена в яскравих прикладах, що мають сильне емоційне забарвлення. Такі колоритні ілюстрації, направлені на плотське сприйняття, необхідні для закріплення ціннісних установок і принципів поведінки. Приймавши розумом ідеологічну установку, співробітник туристської фірми знає, що таке «добре» і що таке «погано», а під впливом міфу він не тільки знає, але і відчуває це.

Атмосфера роботи в туристських фірмах, що приділяють увагу розробці корпоративної філософії і внутрішнього іміджу, вигідно відрізняється від атмосфери фірм, що не утрудняють себе цим. В останніх люди працюють тільки ради грошей або кар'єри. Колектив таких підприємств розкладається плітками і нездоровими чутками. Навпаки, отримання прибутку не є надзвичайним для персоналу туристських фірм з розробленою корпо-

ративною філософією і сформованим внутрішнім іміджем. Співробітники цих фірм є згуртованою цілісною командою, зосередженою на виконанні спільної справи. Такий колектив має систему цінностей і моделей поведінки.

**Зовнішній імідж туристської фірми** – це те, як сприймають підприємство клієнти, партнери, конкуренти, ЗМІ, суспільство в цілому.

Формування зовнішнього іміджу відбувається під впливом наступних елементів:

- якість пропонованих послуг;
- відчутний імідж;
- рекламна компанія;
- зв'язки із ЗМІ;
- зовнішній вигляд співробітників.

**Якість пропонованих послуг** – важливий елемент створення хорошої репутації. Будь-яка туристська фірма за допомогою грамотно виконаної реклами здатна привернути до себе споживачів. Але чи зможе вона утримати їх, добитися того, щоб вони стали її постійними клієнтами, залежить від якості туристських послуг, що надаються нею. Якщо, наприклад, в процесі обслуговування в офісі клієнту нагрубішали, до того ж всі його очікування щодо подорожі не виправдалися, ніщо більше не примусить незадоволеного туриста знов звернутися в цю фірму. Вже ніякі марнотратні рекламні обіцянки не зможуть врятувати послуги низької якості.

**Відчутний імідж** – це враження клієнта про туристську фірму, що виникло на основі того, що він бачить, чує, відчуває, вдихає і торкається, знаходячись в офісі. Цей елемент включає все: від назви підприємства і його девізу до інтер'єру офісу і особливостей розташування меблів і устаткування в ньому. Слід відмітити, що такий компонент, як оформлення офісу, впливає на створення сприятливого іміджу фірми в набагато більшій мірі, ніж це може показатися на перший погляд.

**Рекламна компанія** дозволяє в найкоротші терміни представити широкому загалу саму туристську фірму і пропоновані нею послуги. Реклама демонструє потенційним клієнтам переваги туристського підприємства, що вигідно відрізняють

його від конкурентів; підкреслює його унікальність; сприяє виникненню в багато кому бажання незабутньо провести відпустку і звернутися по допомогу в цьому саме до даної фірми. Вдала реклама – це вже півсправи в створенні могутнього іміджу.

Туристська фірма не повинна нехтувати зв'язками із засобами масової інформації. Журналісти можуть забезпечити безкоштовну рекламу. Проте з ними необхідно бути напоготові. Такі дрібниці, як вчасно не наданий прес-реліз, можуть стати перешкодою у встановленні контакту з журналістами, справити на них неприємне враження, яке розповсюдиться і на туристську фірму в цілому. Тоді всі зусилля можуть обернутися не в користь, а в шкоду.

**Зовнішній вигляд співробітників туристського підприємства** в процесі створення іміджу не менш важливий, ніж решта елементів. Це підтверджується тим, що з десяти випадків, принаймні, у восьми про людей судять по їх зовнішньому вигляду. Персонал – це найважливіша невід'ємна частина туристської фірми. Клієнт не мислить туристську фірму окремо від її колективу. Тому те, як виглядають співробітники, в що вони одягнені, яке враження змогли справити на клієнта, зіграє вирішальну роль у формуванні в клієнта думки про туристську фірму в цілому. Зовнішній вигляд працівників перестає бути тільки власною турботою і особистою справою кожного. Добре одягтися і привабливо виглядати стає необхідним для співробітника на користь його підприємства.

Яким має бути **офіс туристської фірми**? Які деталі повинні бути обов'язково присутні в ньому, а які – абсолютно неприйнятні? Як вибрати правильне колірне рішення офісу? Яким чином добитися того, щоб он справляв приємне враження на клієнтів і був одночасно пристосований для максимально комфортної роботи співробітників?

Відповідаючи на ці питання, постараємося уявити ідеальне оформлення офісу туристської фірми на прикладі **кабінету менеджера**.

Кабінет менеджера передбачає умовне розділення простору на **робочу зону** і **зону неформального спілкування**.

В **робочій зоні** знаходиться стіл, на якому можуть розташовуватися різні технічні засоби – комп'ютер, факс, ксерокс і

т.д. Проте наявність великої кількості технічного устаткування не обов'язкова. Чим вище посада співробітника, тим менше техніки в робочій зоні його кабінету. На столі і його полицях звичайно лежать найнеобхідніші для роботи матеріали і документи. Викладати на стіл буквально всю документацію не варто. Виникне страшне безладдя, і неможливо буде швидко знайти серед всіх цих паперів необхідний документ.

Зона неформального спілкування може бути представлена декількома кріслами або диваном, журнальним столиком з попільничкою (якщо в кабінету дозволяється палити). На столику рекомендується розмістити рекламні буклети, проспекти, каталоги, іншого роду інформаційний матеріал. Якщо, наприклад, клієнт вимушений чекати менеджера, він може пройти в зону неформального спілкування, зручно розташуватися на м'якому дивані і, не втрачаючи даремно час, ознайомитися з туристськими пропозиціями.

Стіни кабінету, як правило, фарбують або обклеюють шпалерами світлих нейтральних тонів – світло-сірий, бежевий і т.п.

Паркетну підлогу у кабінеті менеджера можуть себе дозволити тільки великі туристські компанії, оскільки це достатньо дороге задоволення. Частіше зустрічається стандартне напільне покриття з меншим або більшим ворсом.

Кабінет менеджера допускається прикрашати предметами образотворчого мистецтва. Проте не всяка картина або графіка може бути використана в цих цілях. Свій вибір слід зупинити на тих предметах, які випромінюють собою спокій, утихомиріння, гармонію, і відмовлятися від тих, які несуть яскраво виражений агресивний або депресивний характер.

Прекрасною прикрасою кабінету менеджера стануть сертифікат відповідності, диплом або інший документ, підтверджуючий високий рівень виконання службових обов'язків.

Кімнатні рослини або невеликі вічнозелені дерева в кадках, що стоять на підлозі, вдало доповнять інтер'єр кабінету. Квіти не тільки прикрашають, але і створюють неформальну атмосферу, пом'якшують психологічну напруженість, яка може виникнути між клієнтом і менеджером.

Деякі найяскравіші інформаційні матеріали необхідно красиво оформити, наприклад, помістити в рамку. Таким чином до них завжди буде легко звернутися при необхідності, до того ж це ще один спосіб різноманітити обстановку кабінету.

Не варто заповнювати кабінет предметами особистого характеру: різними листівками, картинками, сімейними фотографіями, фігурками і другими дрібними речами.

Починаючи прикрашати офіс, пам'ятайте: у всьому завжди потрібно знати міру. Не варто зловживати. Службові приміщення не слід перенавантажувати надмірною кількістю прикрас. Вони повинні лише трохи пом'якшити суворість і офіційність обстановки.

Цікавий той факт, що значно підвищити статус підприємства можна за допомогою розстановки меблів в кабінеті.

Здавалося б, хіба може залежати статус туристської фірми від меблів і від того, яким чином вони розташовані в офісі? Насправді, така залежність виявлена. Більш того, шляхом незначної перестановки можливо підвищити статус підприємства.

1. Чим вище спинка крісла, тим більша влада і авторитет приписується співробітнику, що сидить на ньому.

2. Стільці, що крутяться, забезпечують свободу більшою мірою, ніж стільці на стійких ніжках, оскільки дають людині можливість пересування в той момент, коли на нього чинять тиск. Стільці на стійких ніжках не дозволяють вільно пересуватися, і ця відсутність свободи компенсується використанням жестів і рухів тіла, які можуть розкривати відчуття і відносини людини, що сидить на стільці. Крісла з підлокітниками, відкидними спинками і на коліщатках краще, ніж звичайні крісла.

Підвищити статус співробітника, а отже, і туристської фірми, в якій он працює, можна за допомогою наступних змін форми крісла: збільшення його розмірів і розмірів його деталей, подовження ніжок, щоб воно було вище від підлоги.

Слід зазначити, що певна розстановка меблів робить вплив не тільки на клієнтів, але і на всіх співробітників туристської фірми. Атмосфера, створювана дизайнерським оформленням кабінету, може зіпсувати ставлення підлеглих до власника кабінету, викликати до нього антипатію і, навпаки, підвищити його статус і авторитет.

Конкретний приклад, як за рахунок грамотної перестановки меблів в кабінеті розв'язуються деякі проблеми у взаємостосунках з підлеглими. Один з співробітників туристської фірми отримав підвищення, в результаті в нього з'явився окремий кабінет. Через деякий час він помітив, що його підлеглі ставляться до нього з неприязню. Причому їх ставлення стає особливо ворожим, коли вони спілкуються з ним в його кабінеті. От як виглядав його кабінет:

1. Стілець відвідувача стояв у конкуруючій позиції щодо стільця директора.

2. Стіни були зроблені з дерев'яних панелей і скляної перегородки, що виходить в загальну кімнату. Ця перегородка знижувала статус директора і підвищувала статус підлеглого, сидячого на стільці для відвідувачів, тому що за його спиною були підлеглі, він мав повну нагоду спостерігати за всім, що відбувається в кабінеті.

3. Стіл директора мав передню стінку, що приховує нижню частину його тіла, що заважало підлеглим стежити за його жестами.

4. Стілець відвідувача був розташований так, що йому доводилося сидіти спиною до вхідних дверей.

5. У директора було гвинтове крісло на коліщатках з високою спинкою і підлокітниками. Стілець відвідувача був звичайним з низькою спинкою, стійкими ніжками і без підлокітників.

Щоб змінити ситуацію були зроблені наступні поправки:

1. Стіл поставили безпосередньо біля скляної перегородки, що зробило кабінет більш просторим і збільшило огляд видимості для відвідувачів.

2. Місце відвідувача було перенесено в кутову позицію, що сприяло більш відвертій взаємодії і дозволило при необхідності використовувати кут столу як частковий бар'єр.

3. Скляну перегородку замінили дзеркальним покриттям, що дозволяло директору бачити все, що відбувалося в загальній кімнаті. В той же час його кабінет перестав знаходитися на загальному огляді. Це підвищило статус директора і створило більш довірчу обстановку усередині кабінету.

4. В другому кінці кабінету був поставлений круглий кавовий столик з трьома однаковими кріслами, що вертяться, для проведення неофіційних дружніх бесід.

5. При первинному розташуванні столу половина його території належала відвідувачу, а після перестановки територія столу стала переважно належати директору.

В результаті його стосунки з підлеглими покращали, і вони стали вважати його поступливим і розуміючим керівником. Таким чином, деякі речі, продумано розподілені по території кабінету, можуть значно підвищити статус і авторитет його власника.

Народна мудрість свідчить: *«зустрічають по одягу, проводжають по розуму»*. Багато хто не надає цьому особливого значення. Проте свідомо чи неусвідомлено, але ми оцінюємо оточуючих людей по їх зовнішньому вигляду.

*Бездоганний зовнішній вигляд співробітника туристського підприємства* – його перший крок до успіху. Для потенційного клієнта те, як виглядає менеджер, є умовним показником ступеня надійності і респектабельності самого менеджера і тієї фірми, в якій он працює. Якщо керівництвом туристської компанії не передбачено носіння спеціального одягу, то це не означає, що співробітники мають право ходити на роботу в чому завгодно. Джинси і майка, звичайно ж, не підійдуть. Проте не варто одягатися і дуже екстравагантно: імітація багатства вважається вельми неетичним явищем. Ідеальним варіантом буде строгий діловий костюм.

Здійснюючи підбір костюма, необхідно керуватися наступними загальними правилами:

- єдність стилю;
- розумна мінімізація колірної гамми («правило трьох кольорів»);
- зіставність кольорів в колірній гаммі;
- сумісність фактури матеріалу;
- зіставність малюнків в елементах одягу;
- відповідність якості аксесуарів (взуття, сумки, ременя і т.п.) якості основного костюма.

Ключовим правилом, яке потрібне прагнути виконувати, підбираючи діловий костюм у всіх його деталях і зі всіма аксесуарами, є створення *загального* враження охайності, акуратності і навіть деякої педантичності в одязі. Це примусить клієнта думати, що і в справах співробітник туристської фірми буде такий же акуратний.

Менеджер своїм бездоганним зовнішнім виглядом може справити сприятливе враження на туриста, в перші же хвилини знайомства, коли немає можливості проявити свої інтелектуальні здібності. Його образ працюватиме на його кар'єру і на загальний позитивний імідж тієї туристської фірми, яку он представляє.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Сутність та визначення іміджу.
2. Як створюється імідж підприємства?
3. Які існують види іміджу підприємства?
4. Що таке корпоративна філософія?
5. Які функції виконує внутрішній імідж туристської фірми?
6. Які чинники впливають на формування зовнішнього іміджу туристської фірми?
7. Яким має бути офіс туристської фірми?
8. Якими правилами необхідно керуватися здійснюючи підбір ділового костюму?

### **Рекомендована література:**

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., 2000.
2. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М., 1994.
3. Вершигора Е.Е. Менеджмент: Учебное пособие. – М., 2001.
4. Кареева М. Цвет – инструмент воздействия // Гостеприимство. – СПб. 2003. №3 (май-июнь).
5. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М., 2000.
6. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М., 2002.



7. Морозов А.В. Деловая психология: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – СПб., 2000.
8. Можжевельников Б. В нашей фирме звонит телефон // Коммерческий вестник. – 1992. – №2.
9. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.; Сост. Е.Н. Ильина. – М., 2000.
10. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М., 2004.
11. Сафьянов В.И. Этика общения. – б М., 1991.
12. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. – М., 2001.

## **Тема 2.2 Виховання. Закономірності, принципи, методи туристського виховання.**

### **План**

1. Сутність виховання як соціокультурного явища.
2. Мета і завдання туристського виховання.
3. Принципи туристського виховання.
4. Закономірності виховання в туризмі.
5. Методи виховання, їх класифікація.

Сутність виховання полягає в тому, що вихователь умисно намагається вплинути на вихованця. Тобто виховання є одним з видів діяльності по перетворенню людини або групи людей. Це практико-перетворююча діяльність, направлена на зміни психічного стану, світогляду і свідомості, знань і способів діяльності, ціннісних орієнтацій вихованця. При цьому потрібно враховувати єдність природної, генетичної, психологічної і соціальної сутності вихованця, а також його вік і умови життя.

Виховання – процес цілеспрямованого формування особистості. Це спеціально організована взаємодія вихователів і вихованців, направлена на формування особистості, потрібної і корисної собі і суспільству. Це також цілеспрямоване формування емоційного відношення до дійсності відповідно до прийнятої системи цінностей.

Ефективність процесу виховання залежить:

- від ступеня відповідності його змісту і організації основним вимогам об'єктивних законів виховання, потребам громадського життя;
- від своєчасного виявлення і рішення суперечностей, які назрівають у виховному процесі, його систематичному вдосконаленню;
- від широкого залучення особистості до громадського життя;
- від ретельного врахування вікових і індивідуальних можливостей дітей в процесі організації різноманітної діяльності;

- від ступеня майстерності і мистецтва взаємодії фахівців туристської справи, повноти педагогічного контролю над життєвою ситуацією.

Виховання є процесом багатофакторним. На його результат впливає природне середовище, життєвий світ і ієрархія громадських цінностей, сім'я, школа і ВНЗ, повсякденна і професійна діяльність, мистецтво і засоби масової інформації.

Серед різноманітних виховних чинників виділяють дві основні групи: об'єктивну і суб'єктивну.

**Об'єктивні чинники:**

- *генетична спадковість* і стан здоров'я людини;
- *соціальна і культурна приналежність сім'ї*, яка впливає на її безпосереднє оточення;
- *обставини біографії*;
- *культурна традиція, професійний і соціальний статус*;
- *особливості країни*.

**Суб'єктивні чинники:**

- *психічні особливості*, світогляд, ціннісні орієнтації, внутрішні потреби і інтереси як вихователя, так і вихованця;
- *система відносин з соціумом*;
- *організовані виховні впливи на людину з боку окремих осіб, груп, об'єднань і всього співтовариства*.

**Мета виховання** – це очікувані зміни в людині (групі людей), здійснювані під впливом спеціально підготовлених і планомірно проведених виховних акцій і дій. Це те, чого прагне виховання, майбутнє, на досягнення якого спрямують його зусилля.

Будь-яка мета базується на ідеалі – виробленому протягом століть уявленні про досконалу людину.

Схема визначення виховного ідеалу: **відповідь на питання:** “куди йде суспільство? Чи довгим буде шлях? Яка людина зможе його подолати? Що вона повинна для цього знати і уміти? Яку мораль повинна сповідати?” встановлення зразка вихованої людини, задається “міра виховання”, тобто обсяг необхідних і достатніх для людини і суспільства щеплених вихованням норм.

*А. Макаренко* вважав, що **мета виховання** це програма людської особистості, програма людського характеру. При цьому в поняття характеру він вкладав весь зміст особистості, тобто і характер зовнішніх проявів і внутрішньої переконаності, і політичне виховання, і знання – всю картину людської особистості.

**Психологи** (Л. Виготській) вважають, що **мета виховання** полягає в створенні позитивних інтересів особистості і гальмуванні небажаних.

Взагалі мета виховання має подвійний характер. З одного боку потрібно підготувати людину до життя саме в даному суспільстві. Але з другого боку, вона повинна бути підготовлена до достовірних майбутніх змін в стані суспільства, політики, економіки, культурі і т.д. Тим більше, що життя набуває все більш динамічного характеру і постійні зміни стають характерною рисою сучасної цивілізації.

**Мета виховання** – елемент ціннісно-нормативної культури будь-якого суспільства, похідна від його уявлень про природу і можливості людини.

Реальна **мета сьогодні** – дати кожній людині базову освіту і культуру і на їх основі надати умови для розвитку тих сторін особистості, для яких є найсприятливіші суб'єктивні умови (бажання індивіда) і об'єктивні можливості сім'ї, громадськості, державної влади, на місцях.

При визначенні ідеалів виховання педагоги спираються на **модель сучасного суспільства**, тобто суспільства, яке забезпечує своїм членам гідне існування в ХХІ ст.

- відкритість новому досвіду; - готовність до соціальних змін; - розуміння різноманітності думок і установок оточення, готовність формувати і відстоювати свою думку; - орієнтація в часі на сучасність і майбутнє, а не на минуле; - відчуття, що людина може впливати на своє оточення; - орієнтація на довгострокове планування як в громадських справах, так і в особистому житті; - пошана до формальної освіти і підготовки, прагнення досягти високого рівня освітніх і професійних стандартів; пошана до гідності інших; - розуміння логіки виробництва і промисловості.

Основною ознакою мети виховання є об'єктивність, вона визначає спосіб і характер діяльності вихователя і вихованця. Мета виховання і засоби її досягнення відрізняють одну виховну систему від іншої. Тому у вихованні і розрізняють:

- авторитарну виховну систему, яка панувала за радянської доби і подекуди панує в сучасній виховній системі;
- системи, які направлені на задоволення потреб дитини (Вальдорфська система, система М. Монтесорі);
- гуманістична система К. Роджерса, направлена на самоактуалізацію і самореалізацію вихованця;
- педагогічна система В. Сухомлинського.

**Мета виховання** – це формування гармонійно розвинутої суспільно активної особистості з науковим світоглядом, високим духовним потенціалом, яка бажає і уміє працювати на благо себе і суспільства.

Основні **цілі туристського виховання** визначені в міжнародно-правових актах з регуляції туристичної діяльності, зокрема: Кодексом туриста, Хартією туризму, Глобальним етичним кодексом туризму.

**Завдання туристського виховання:** всебічний розвиток туриста і формування колективного мислення громадян.

Щодо туризму, то його кінцевою метою є:

- збагачення особистості;
- поповнення і закріплення знань з культурології;
- оздоровлення, розвиток адаптивних можливостей організму.

### **Зміст виховання**

Зміст виховання – система знань, переконань, навиків, якостей і рис особистості, стійких звичок поведінки, якими вина оволодіти особистість відповідно до поставлених цілей і задач.

Наше суспільство, а разом з ним і ВНЗ, переживають важкий період перебудови. Курс узятий на гуманізацію і демократизацію, ВНЗ повинен привести до нових якостей виховання. Добре організоване виховання повинне підготувати людину до **виконання п'яти ролей в житті** – громадянина, робітника,

сім'янина, власника, споживача. Кожна з цих ролей вимагає від людини певних знань, умінь, набутих якостей.

**Громадянин:** виконання громадянського обов'язку – почуття обов'язку перед країною, суспільством, батьками; відчуття національної гордості і патріотизму; повага до Конституції, органів державної влади, символів державності; відповідальність за долю країни; громадська дисципліна і культура гуртожитку; дбайливе відношення до національних багатств країни, мови, культури, традицій; громадська активність; дотримання демократичних принципів; повага прав і свобод інших людей; активна життєва позиція; правосвідомість і громадянська відповідальність; інтернаціоналізм і т.д.

**Робітник:** дисциплінованість і відповідальність; працездатність і організованість; загальні, спеціальні і економічні знання; творче ставлення до праці; наполегливість, прагнення швидко і якісно виконати доручену справу; професійна гордість, повага до майстерності; охайність; естетичне ставлення до праці; колективізм, вміння працювати разом; ініціативність і самостійність; діловитість і продуктивність; відповідальність за результати праці; повага до людей праці.

**Сім'янин:** працелюбність, відповідальність; тактовність, культура спілкування; вміння тримати себе в суспільстві; охайність; гігієнічні навички; звичка до активного способу життя; вміння організувати і проводити дозвілля; різностороння освіченість; знання правових норм, законів; знання практичної педагогіки; психосексуальна підготовленість; готовність одружуватися і виконувати шлюбні обов'язки; повага до своїх батьків, до людей похилого віку.

**Власник:** відповідальність; знання правових норм і законів; правосвідомість; працелюбність; економічні знання; почуття обов'язку перед державою, суспільством, сім'єю, нащадками; дбайливе ставлення до визначних пам'яток природи, історії, культури, національних багатств країни; пошана до державних органів влади, загальна культура.

**Споживач:** передбачливість, пильність, економічні знання, знання прав і обов'язків споживачів, критичне мислення, культура спілкування, тактовність, ввічливість, повага до дер-

жавних органів влади, загальна культура і культура споживання, громадська активність, відповідальність.

### **Етапи виховного процесу**

*Усвідомлення вихованцями потрібних норм і правил поведінки.* Переважають словесні методи виховання і особистий приклад вихователя.

*Перехід знань в переконання – тверді, засновані на певних принципах і світоглядних поглядах, якими людина керується в житті.*

*Виховання відчуттів.*

*Діяльність (головний етап виховного процесу).* Окремо виділяється чисто умовно, теоретично. На практиці завжди зливається з формуванням поглядів, переконань, відчуттів.

### **Закономірності і принципи виховання**

Без знань глибинних закономірностей виховання важко розраховувати на його ефективність. Ці знання дають наукову основу для здійснення практичних виховних дій.

*Закономірності виховного процесу* – це стійкі, що повторюються, суттєві зв'язки між педагогічними явищами, реалізація яких дозволяє досягати ефективних результатів розвитку і формування особистості.

Ефективність виховного процесу залежить від наступних його сторін:

*Виховні відносини, які склалися.* В ході виховного процесу поступово формуються погляди людини, її життєва позиція, мотиви поведінки – все те, що і називають **відношенням до виховання.**

*Відповідність мети і організації діяльності.* Під “організацією” розуміють всю сукупність впливів, відносин, умов, форм і методів роботи.

*Відповідність соціальної практики і характеру (спрямованості, змісту) виховного впливу на вихованців.*

*Сукупна дія об'єктивних і суб'єктивних чинників.* До **суб'єктивних чинників** відносяться: вихователі і вихованці, взаємодія між ними, відносини, які склалися, психологічний клімат і т.д. До **об'єктивних чинників** належать умови виховання (матеріально-технічні, соціальні, санітарно-гігієнічні і т.д.).

Інтенсивність виховання і самовиховання. Самовиховання – це діяльність людини, направлена на вдосконалення своєї особистості. Воно залежить від змісту життя особистості, її інтересів, відносин, характерних для неї. Самовиховання супроводжує виховання і в той же час є його результатом.

Активність учасників педагогічної взаємодії.

Ефективність супутніх процесів – розвитку і навчання.

Розвиток особистості полягає в якісній зміні психологічної діяльності людини, формуванні у неї нових якостей, рис вдачі. Виховання покращує розвиток, розвиток прокладає шлях до більш успішного виховання. Якщо ці зв'язки порушуються, то виникають серйозні труднощі.

Якості виховного впливу.

Інтенсивність впливу на “внутрішню сферу” вихованця (система мотивів, потреб, емоцій, інтелекту особистості, які розглядаються як цілісне утворення).

З'єднання педагогічного впливу з вихованістю особистості, досягнутим рівнем її розвитку.

Інтенсивність і якості взаємостосунків (спілкування) між самими вихованцями. Взаємовиховання впливає на становлення особистості саме тому, що виховують однолітки і друзі.

Динаміка виховного процесу. Досягнення дитини на всіх наступних етапах залежить від її досягнень на попередніх етапах. Виховний процес має поступовий характер.

Розвиток особистості у виховному процесі. Темпи і досягнутий рівень розвитку особистості залежать від спадковості, виховного і навчального середовища, включення в навчально-виховну діяльність, засобів і способів педагогічного впливу, які застосовуються.

Управління виховним процесом. Ефективність виховання залежить від інтенсивності зворотних зв'язків між студентами і педагогами, а також від характеру і обґрунтованості корегуючих впливів на студентів.

Єдність чуттєвого, логічного і практики у виховному процесі. Ефективність виховання залежить від інтенсивності і якостей чуттєвого сприйняття, логічного осмислення сприйнятого і практичного вживання осмисленого. Потрібно з'єднати розум, емоції і дію.



Єдність зовнішньої (педагогічної) і внутрішньої (пізнавальної) діяльності. Ефективність виховного процесу обумовлюється якостями педагогічної діяльності і якостями власної виховної діяльності особистості.

### **Принципи виховного процесу**

**Принципи виховного процесу (принципи виховання)** – це загальні вихідні положення, в яких виявляються основні вимоги до змісту, методів, організації виховного процесу.

### **Основні вимоги до принципів:**

1. **Обов'язковість** – вони вимагають обов'язкового і повного втілення в практику.

2. **Комплексність** – передбачає їх одночасне, не ізольоване вживання на всіх етапах виховного процесу.

3. **Рівнозначність** – серед них немає головних і другорядних

- **гуманістичний характер виховання** – вимагає гуманного ставлення до особистості, поваги її прав і свобод, відмови від принижуючих особистість методів виховання, подання до неї посильних і розумно сформульованих вимог;

- **врахування вікових і індивідуальних особливостей кожного вихованця** – вимагає постійного вивчення і доброго знання особливостей темпераменту, характеру, поглядів, смаків, звичок вихованців, уміння діагностувати реальний рівень сформованості найбільш важливих якостей особистості (спосіб мислення, мотиви, інтереси, установки, спрямованість, ставлення до праці, ціннісні орієнтації), залучення вихованця до посильної для нього виховної діяльності;

- **зв'язок виховання з життям** – вимагає широкого ознайомлення вихованців з громадським і трудовим життям людей і залучення їх до реальних життєвих відносин, різних видів суспільно-корисної діяльності;

- **громадська спрямованість виховання** – вимагає орієнтації виховання на підтримку і зміцнення державного ладу, формування у вихованців громадянських і соціальних якостей;

- **єдність виховних впливів** – вимагає врахування впливів інших сфер виховання (сім'я, колектив і т.д.), підтримки розумних вимог інших членів педагогічного колективу, координування зусиль причетних до виховання соціальних інститутів.

**Принципи туристського виховання** – це самі загальні провідні положення, які визначають мету, ідеали, зміст, методику і організацію процесу виховання особистості в туризмі.

Основними **принципами туристського виховання**, виходячи з сучасних педагогічних концепцій є:

- націленість на здійснення основної мети виховання особистості в сучасних умовах розвитку суспільства – формування всебічно і гармонійно розвиненої особистості – громадянина своєї держави з активною життєвою позицією і відчуттям поваги до національної культури, історії кожного народу;

- національна спрямованість в той же час з гармонійністю, комплексністю, конкретністю і послідовністю виховних впливів в розвитку між народами;

- орієнтація на забезпечення культуровідповідної комунікації суб'єктів туризму.

#### ***Система принципів туристського виховання:***

**1. Цілеспрямованість виховання.** Відповідно до мети туристського виховання вся діяльність повинна бути направлена на збагачення особистості моральними, етичними цінностями, поповнення і закріплення знань з історії, культурології, краєзнавства, природознавства, топографії, рекреології.

**2. Принцип суб'єкт–суб'єктного характеру виховних взаємостосунків.** Визнання цього принципу означає наявність в процесі виховання діалогічної взаємодії між вихованцями, забезпечення інтенсивності емоційних реакцій, перебудову власної поведінки з метою подолання дисонансу між фактичною моральною ситуацією і передбачуваними наслідками певних поведінкових актів. Багатоманітна діяльність учасників – основа виховання. Освоєння туристами іншої культури невід'ємна від пізнавальної, художньо-мистецької діяльності, яка розвиває соціальну активність, ініціативу особистості. Діалог культур базується на існуванні загальнолюдських цінностей і ідеалів. Кожний народ входить в історію людства з своєю національною ідеєю і в той же час живе тим, що об'єднує його з іншими народами. Масштаби цієї взаємодії невпинно розширюються за допомогою туризму. Через діалог і за його допомогою здійснюється самовизначення культури, виявлення особових детермінант, самосві-

домість і самоутвердження особистості. Діалог з позиції педагогіки туризму передбачає вивчення, по-перше, *нового* того, що вносить та чи інша культура в загальнолюдську казну; по-друге, *наскільки* одна культура здатна сприймати досягнення інших культур, співчувати тривогам інших народів; по-третє, *як* інша особистість уміє „чуже” слово зробити своїм.

**3. Принцип гуманізму і демократизму в поєднанні з високою вимогливістю і повагою до особистості вихованця.** В. Сухомлинський відзначав, що виховання – це перш за все людинознавство. Весь його багатогранний спадок пронизують ідеї справжнього гуманізму. Гуманізація, на переконання В. Сухомлинського, обумовлена моральними нормами і цінностями становлення людини в суспільстві, доброзичливим відношенням до людей, колективу, живих істот, суспільства, взаємодопомогою, співучастю, співпрацею, гармонією колективного, культурою людських відносин і культурою розуміння ролі своєї особистості в цих відносинах. Гуманність учений-дослідник убачав в турботі про духовне збагачення вихованців, в допомозі їм самореалізуватися у взаємостосунках з природою і навколишнім середовищем. Гуманізація і демократизм в туристському вихованні виявляються відносно суб'єктів туристської діяльності до іншої особистості, історії, традицій, культури. В Глобальному етичному кодексі туризму визначається, що „*туристська діяльність повинна здійснюватися в гармонії із специфічними особливостями і традиціями регіонів і країн, які приймають, дотримуючись їх законів, звичаїв, традицій*”.

**4. Систематичність і послідовність виховання.** Ефективність виховання в туризмі залежить від послідовності, безперервності педагогічних впливів на суб'єктів туризму. Йдеться про систему педагогічних впливів, які забезпечують формування у кожного учасника туристичної діяльності світогляду, переконань, ідеалів, інтересів, морально-вольових рис, навиків і звичок правильно орієнтаційної поведінки, цілісної особистості. Цей принцип актуалізується як в процесі підготовки фахівців для галузі туризму, так і під час перебування туриста на іншій території, в іншому культурному середовищі.

**5. Єдність педагогічних вимог різних соціальних інститутів.** Розумові стійкі і єдині вимоги до вихованця з боку

різних соціальних інститутів підсилюють педагогічний вплив на них, підвищують ефективність виховного процесу. Прояв цього принципу демонструється в практиці підготовки майбутніх фахівців для туристської галузі.

**6. Принцип громадської спрямованості туристського виховання** полягає у використанні у виховній роботі художніх, археологічних, культурних цінностей українського народу, систематичному ознайомленні суб'єктів туризму з суспільно-політичними подіями країн світу. Виховання в туризмі повинне мати громадський характер і відповідати узагальненому зразку ідеалу особистості. Громадська спрямованість виховання в туризмі передбачає ознайомлення з характеристиками країн, цінностями туристських обмінів, їх економічних, соціальних і культурних переваг.

**7. Природовідповідність.** Принцип передбачає врахування багатогранної, цілісної природи людини, її анатомо-фізіологічні, психологічні, вікові, генетичні, національні, регіональні особливості. Зневага в процесі туристського виховання цими характеристиками не дає можливості ефективно використовувати виховні можливості подорожі, натомість породжує незадоволення, дисонанс між потребами і можливостями мандрівника. Бачити неповторність, творчу індивідуальність кожного туриста, вихованця, знаходити неповторний індивідуальний талант, створювати оптимальні умови для його розвитку – головні завдання організаторів туристської діяльності.

**8. Культуровідповідність.** Передбачає органічний зв'язок з культурним, загальнолюдським надбанням, історією свого народу. Учасники туристського процесу, туристи повинні брати до уваги соціально-культурні традиції і звичаї свого народу, розуміти духовну єдність і спадкоємність поколінь.

**9. Принцип з'єднання комплексного, диференційованого і індивідуального підходу у виховній діяльності.** Зміст цього принципу полягає в тому, що професіонали сфери туризму повинні застосовувати різноманітні методи і форми виховання, які б забезпечували якнайкращий виховний вплив і служили самовдосконаленню особистості. Професіоналам туристської діяльності необхідно орієнтуватися не на окремі принципи виховання, а на їх систему, яка забезпечує оптимізацію як проце-

суального, так і змістовного компонентів виховання суб'єктів туризму. Творче використання принципів виховання в туризмі забезпечує ефективність виховної взаємодії учасників.

### **Принципи туристського виховання:**

- базуються на закономірностях виховання і виховного процесу в туризмі;

- встановлюють систему вимог до визначення, розробки і обґрунтування цілей, ідеалів, змісту, методів, форм туристського виховання і методичних основ їх упровадження в туристську практику;

- визначають загальну і специфічну спрямованість виховання суб'єктів туризму;

- основні положення, на яких базуються при організації виховних заходів;

- визначають характер діяльності суб'єктів щодо самовдосконалення;

- визначають перспективні напрями розвитку теорії і практики туристського виховання.

**Метод виховання** – це засіб впливу вихователя на свідомість, волю і відчуття особистості, спосіб взаємодії з метою формування переконань і навиків поведінки, які відповідають цілям виховання.

**Методи виховання** – це сукупність самих загальних способів рішення виховних завдань і здійснення виховних взаємодій, способів взаємозв'язаної діяльності вихователів і вихованців, направлених на досягнення цілей виховання; сукупність специфічних способів і прийомів виховної роботи, які використовуються в процесі формування особистісних якостей вихованців для розвитку їх свідомості, мотиваційної сфери і потреб, для вироблення навиків і звичок поведінки і діяльності, а також їх корекції і вдосконалення.

**Засоби виховання** – це ті конкретні заходи або форми виховної роботи (бесіди, збори, вечори і т.д.), види діяльності (навчальні заняття, предметні гуртки, конкурси, олімпіади і т.д.), які використовуються в процесі реалізації того чи іншого методу.

**Засоби туризму** – способи організації туристської діяльності:

- програма, послуги, поїздка, маршрут, похід, подорож, екскурсія;
- способи пересування чи транспортного обслуговування і доставки: обмін, туристська акція, туристський транспорт;
- способи туристського обслуговування: розміщення, харчування, надання додаткових послуг.

**Приєм виховання** – частина загального методу, окрема дія (вплив) в конкретній ситуації.

**Виховний захід** – це сукупність різного роду виховних впливів з відповідними вимогами матеріальних і духовних умов, підлеглих єдиній меті, взаємодіючих один з одним, які є цілісним утворенням.

Різноманітність підходів до класифікації методів виховання обумовлена тим, яка ознака береться за основу для групування методів. Наприклад, видатний педагог-теоретик 20-х років ХХ ст. Пінкевіч за основу брав час педагогічного впливу, його тривалість і розділяв всі методи на дві групи:

1. Методи тривалого педагогічного впливу.
2. Методи тимчасові, які використовуються у випадкових педагогічних ситуаціях і мають короткочасний педагогічний ефект.

До методів *тривалого педагогічного впливу* він відносив:

1. Систематичні тривалі вправи;
2. Системи методів навчання;
3. Особистість вихователя.

Ще одна класифікація (М. Сластенін):

1. Методи формування громадської свідомості (пояснення, розповідь, бесіда, приклад);
2. Методи формування громадської поведінки (вправи, система доручень);
3. Методи стимулювання (вимога, постановка перспективи, змагання, заохочення і покарання);
4. Методи самовиховання (особисті зобов'язання, самозвіт, самоаналіз, самоконтроль, самооцінка).

Класифікація І. Харламова:

1. Переконання;
2. Метод позитивного прикладу;
3. Метод вправ;
4. Методи схвалення і засудження;
5. Методи вимоги і контролю за поведінкою учнів;
6. Метод перемикання.

За *характером* методи виховання розділяють на переконання, вправи, заохочення і покарання (Болдырев М., Гончаров М., Королев Ф. і ін.).

В класифікації І. Марьєнко названі такі групи методів виховання, як пояснювально-репродуктивні, проблемно-ситуативні, методи приучення і виправлення, стимулювання, гальмування, керівництво, самовиховання.

За *результатами* методи впливу на вихованця можна розділити на два класи: **впливи**, які створюють моральні установки, мотиви, відносини, які формують уявлення, поняття, ідеї; **впливи**, які створюють звички, що визначають той або інший тип поведінки.

Класифікація на основі *спрямованості* – інтеграційної характеристики, яка передбачає єдність цільової, змістовної сторін методів виховання (Шукіна Г.І.): методи, які формують свідомість особистості; методи, які організують діяльність і формують досвід громадської поведінки; методи стимулювання поведінки і діяльності.

*Колективна перспектива* – як метод є віддаленою в часі метою, яка породжує прагнення і добровільну захоплюючу діяльність колективу. Мета повинна бути педагогічно доцільною і романтичною (колективний похід, свято, торжества, уявлення, урочистий звіт).

*Колективне самообслуговування* – є методом розвитку працьовитості, умінь і навиків по обслуговуванню побутових потреб власних, близьких людей, колективу.

**Методи повсякденного спілкування, ділової, товариської, довірчої взаємодії і взаємовпливу**

*Метод поваги до особистості* (одночасно принцип і умова нормального виховання) поступово трансформується у взаємоповагу. Полягає в турботі, доброзичливості, ввічливості,

вимогливості, щирій зацікавленості життям людини. Заснований на дбайливому відношенні до відчуття власної гідності, самолюбності, самооцінки. Охоплює і пронизує всю систему відносин і спілкування з вихованцем. Реалізується в терплячому вислухованні особистості, залученні її до обговорення і ухвалення важливих рішень.

**Педагогічна вимога** – як метод поступово переростає у взаємну вимогливість. У відносинах один з одним використовують такі форми вимоги як: громадське *доручення, завдання, заборона, систематична перевірка і оцінка виконання, розпорядження органів самоврядування і їх представників*. Розвиває усвідомлення неминучості, обов'язку, необхідності виконання суспільно важливих справ і норм, вимогливість до самого себе.

**Переконання** – трансформується в **свідомість** особистості і її **переконаність**. Це основний метод доведення за допомогою переконливих аргументів і фактів істинності ідей, положень, вчинків, оцінок, поглядів.

**Прийоми: обговорення** (спосіб залучення особистості до процесу виявлення істини), **розуміння** (створення атмосфери доброзичливості, збудження людини до відвертості), **довір'я** (спосіб створення для особистості ситуацій, які вимагають від неї самостійного, відповідального вчинку, поведінки при повній відсутності контролю з боку інших), **співчуття** (спосіб тактовного виявлення педагогом своїх відчуттів щодо переживань радості або біди), **застереження** (спосіб тактовного попередження, профілактики і гальмування можливих порушень норм поведінки), **критика** (спосіб викриття, виявлення і аналізу недоліків, помилок, прорахунків в мисленні і поведінці).

**Конфліктні ситуації** – як метод полягають у використанні стихійно виниклих суперечностей в ділових і моральних відносинах людини в педагогічних цілях. Включення в рішення конфлікту особистості має діагностуючий характер (освітлює стан відносин в колективі, моральні риси окремих його членів, їх здібність до самоврядування і подолання власних труднощів).

**Методи активного впливу на індивіда або колектив як суб'єктів життєдіяльності.**



## 1. *Методи звернення до свідомості:*

- ***Приклад*** – спосіб впливу, який переростає в самовплив в результаті засвоєння людиною морально-естетичного привабливого ідеалу, зразка (популярна особа, герой твору мистецтва);

- ***Роз'яснення*** – прийом прямого вербального впливу на свідомість людини шляхом звернення до розумової діяльності. Як різновид виділяють *установку, повчання, пояснення*.

- ***Очікування радості*** – наповнення життя людини оптимізмом, цікавістю, привабливістю, емоційним піднесенням, мобілізація її духовних і фізичних сил. Це полегшує процес подолання труднощів на шляху до бажаної мети. Важливо враховувати рівень розвитку потреб особистості, перемикаючи установку з очікування задоволення матеріальних потреб на прагнення до оволодіння духовними цінностями.

- ***Актуалізація мрії*** – прийом постановки дальньої перспективи особистості. Формує цілеспрямованість як якості особистості, укріплює волю.

- ***Зняття напруги у відносинах*** – попередження вибухових ситуацій в колективі, загрожуючих психічних напруг у окремої особистості, ослаблення дії на психіку моральних струсів або травм, перемикання свідомості, пам'яті, уяви, відчуттів особистості з хворобливо загостреного стану в розслаблений. Це відбувається в результаті спільного з педагогом обговорення, аналізу важкої ситуації, що склалася, її можливих наслідків, пошуку шляхів виходу з кризової ситуації.

## 2. *Методи звернення до почуттів:*

- ***Звернення до совісті*** – означає вплив на почуття людської гідності людини, її особистої відповідальності перед собою і людьми. Реалізується як збудження в свідомості і відчуттях особистості моральної незадоволеності своєю поведінкою. Внутрішні духовні сили прокидаються в результаті активного залучення їх до колективної праці і громадської діяльності, засудження товаришами, морального докору.

- ***Звернення до почуття справедливості*** – спирається на природне прагнення до свободи, чесності, рівності і

товариськості. Це дозволяє особистості регулювати відносини в колективі і з навколишнім світом. Формує громадянина, особистість, виховує незалежність, прагнення жити по совісті.

- **Звернення до самолюбності** – спирається на високу емоційну оцінку самого себе, своїх сил, здібностей. Заохочення ініціативи, бажання виділитися, високої самовіддачі, вислову віри у великі можливості особистості.

- **Звернення до естетичного почуття** – спирається на природжене прагнення людини до краси. Засоби впливу – художні і естетичні явища, образи прекрасного, піднесеного, комічного, трагічного, потворного.

- **Звернення до співчуття і милосердя** – направлено на пробудження в людині жалю, морального страждання від болю, горя, мук людини, живої істоти. Досягає мети шляхом акцентування уваги на трагічних подіях життя колективу, товаришів, суспільства, всього світу; шляхом включення в милосердну діяльність, розвиток відчуттів іншої людини як самого себе.

- **Звернення до сорому** – направлено на збудження гострих негативних емоцій, переживання відчуття приниженості, неповноцінності через свій аморальний вчинок. Формує внутрішні моральні гальма, здатність морального самоконтролю. Здійснюється або шляхом інтимної, секретної розмови, або шляхом надання гласності аморального вчинку особистості.

### 3. **Методи звернення до волі та вчинку:**

- **Вимога** – є спосіб прямого впливу на свідомість і волю людини з метою організації або координації її поведінки і діяльності. Вона змушує до обов'язкового виконання розумної, життєво виправданої, педагогічно доцільної волі вихователя, колективу, його довіреної особи, виховує здібність подання вимог до себе, спирається на повноваження і авторитет педагога і колективу. Використовуються: *наказ, настійлива порада, переконливе прохання, докір, загроза покарання.*

- **Навіювання** – засіб маніпулювання свідомістю особистості. Досягається за допомогою психологічних засобів збудження пристрастей, нав'язування думок, введення в оману, утиск відчуттів, залякування, духовного підвищення або при-

ниження особистості, переоцінки або недооцінки її фізичних або моральних сил. Засоби – масові заходи, індивідуальна обробка свідомості, музика, уявлення, що театралізуються, гала-концерти, шоу, урочисте виконання ритуалів, обрядів.

- **Вправа** – залучення до систематичної, спеціально організованої, суспільно корисної діяльності, яка сприяє формуванню навиків культурної поведінки, різноманітної діяльності, спілкування в колективі і т.д. Організуються як активні, які ритмічно повторюються дії, прийоми, способи або як система відрегульованої поведінки людини в типових ситуаціях

- **Заохочення** – метод зовнішнього активного стимулювання, збудження до позитивної, ініціативної, творчої діяльності, здійснюється за допомогою громадського визнання успіхів, нагородження, задоволення духовних і матеріальних потреб. Воно не повинне стати буденною справою, або предметом торгу. Повинно бути адекватно вчинку і погоджено з колективом учнів. Засоби – схвалення, усна або письмова подяка, цінна нагорода, похвальна грамота, лист з вдячністю і т.д.

- **Покарання** – спосіб конфліктного гальмування, припинення свідомо здійснюваної шкідливої, аморальної діяльності. Має сенс тільки тоді, коли покараний розуміє за, що він покараний. Повинне бути суворо індивідуальним, відповідним вчинку і використовуватися не часто. Велике значення при визначенні покарання мають: врахування вікових і індивідуальних особливостей особистості; міра авторитету педагога, вихователя, фахівця.

### **Вибір методів виховання**

Немає методів добрих або поганих. Залежно від педагогічної ситуації той або інший метод виховання виступає як самий оптимальний шлях досягнення мети. Оптимальним називається найвигідніший шлях, який дозволяє швидко і без зайвих витрат часу, енергії, засобів досягти наміченої мети.

### **Методи туристського виховання:**

- методи безпосереднього виховного впливу ( бесіда, лекція, позитивний приклад);

- методи опосередкованого виховного впливу ( педагогічна вимога, громадська думка, створення виховних ситуацій);
- методи самовиховання.

### **Який варіант оптимальний для виховання особистості в туризмі?**

1.Необходимо вибрати методи, які оптимально сприяють реалізації основних цілей виховання.

2. Обґрунтувати ефективність забезпечення виховних заходів в процесі туристської діяльності.

3. Забезпечити оптимальну методикау виховної роботи з різними категоріями туристів.

### **Загальні чинники, які визначають вибір методів виховання:**

- Цілі і задачі виховання;
- Зміст виховання;
- Вікові особливості вихованців;
- Рівень сформованості колективу туристської галузі;
- Індивідуальні і особові особливості фахівців;
- Умови виховання (матеріальні, психофізіологічні, санітарно-гігієнічні, відносини в колективі і т.д.);
- Засоби виховання (наочність, засоби масової інформації, різні види діяльності: ігрова, навчальна, трудова; педагогічна техніка: мова, міміка, рухи і т.д.);
- Рівень педагогічної кваліфікації, педагогічна майстерність фахівця галузі;
- Час, відведений на досягнення результатів виховання. Якщо часу замало, а цілі великі, застосовують “сильнодіючі” методи (пов’язані з покаранням і примушенням), в сприятливих умовах використовуються “дбайливі” методи виховання (умовляння і поступове привчання);
- Очікувані наслідки.

### **Питання для самоконтролю:**

- 1.Визначте мету і завдання виховання у туризмі.
- 2.Обґрунтуйте методи виховання в туризмі.

3. Підходи різних дослідників до визначення принципів виховання в педагогіці. Що таке принципи виховання?

4. Класифікація принципів туристського виховання. Розкрити суть кожного принципу.

5. Які закономірності виховання у туризмі ви можете визначити?

**Рекомендована література:**

1. Волкова Н.П. Педагогика. Посібник. – К.: Видавництво „Академія”, 2001.

2. Выготский Л.С. Психология искусства / Под ред. М.Г. Ярошевского. – М.: Педагогика, 1987.

3. Галузинський В.М., Євтух М.Б. Педагогіка: теорія та історія. – К.: Вища шк., 1995.

4. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997.

5. Загвязинский В.И., Амонашвили Ш.А., Закирова А.Ф. Идеал, гармония и реальность в системе гуманистического воспитания // Педагогика. – 2002. – №3. – С. 3-11.

6. Педагогика / Под ред. П.И. Пидкасистого. – М.: Российское педагогическое аген., 1996.

7. Подласый И.П. Педагогика. Новый курс: Учебник для студентов пед вузов: В 2 кн. – М.: ВЛАДОС, 1999. – Кн. 2: Процесс воспитания.

8. Сухомлинський В.О. Вибрані твори: В 5 т. – К., 1976. – Т.1.

9. Ушинський К.Д. Людина як предмет виховання: Вибр. пед. твори: У 2 т. – К., 1983. – Т. 1.

## Тема 2.3 Педагогічна майстерність в професійній діяльності фахівців сфери туризму.

### План

1. Сутність понять педагогічна майстерність, педагогічні здібності.
2. Педагогічна культура, її структура.
  - культура саморегуляції фахівця сфери туризму;
  - культура і техніка мови;
  - культура невербального спілкування.
3. Діловий етикет в діяльності туристського підприємства.

### Як розуміти поняття *педагогічна майстерність*?

Майстерність завжди розкривається в діяльності, причому в діяльності ефективній. Майстерність це -

„високе мистецтво виховання і навчання”, - *Педагогічна енциклопедія*.

„синтез наукових знань, умінь і навиків методичного мистецтва і особистих якостей вихователя” (*Шербаков А.И. Формирование личности учителя в системе высшего образования*).

„інтегрований показник ступеня готовності конкретної людини до виконання професійного обов'язку вчителя і вихователя” (*Барбина Е.С. Формирование педагогического мастерства учителя в системе непрерывного педагогического образования*).

Хоча педагогічна майстерність виявляється в діяльності, проте вона не зводиться до неї. Не можна обмежити її лише високим рівнем розвитку спеціальних узагальнених умінь. Сутність **майстерності** – в особистості фахівця, в його засобах педагогічної взаємодії в кожній конкретній ситуації навчання і виховання.

Педагогічна майстерність – прояв педагогом свого „Я” в професії, самореалізація особистості фахівця в педагогічній діяльності, що забезпечує саморозвиток особистості.

Фахівець *у сфері туризму* повинен керувати собою і через себе – всіма компонентами педагогічної діяльності (мета, суб'єкт, об'єкт, засоби, результат) на підставі зворотного зв'язку:

- усвідомлення мети діяльності і результатів її досягнення;

- бачення внутрішньої картини світу людини і того, як вона сприймає дії наставника;

- вибір оптимальних засобів впливу і корекції педагогічної позиції на підставі аналізу результатів відповідно до поставлених завдань.

Спрямованість на особистість дає можливість вибрати мету і спонукає до пошуку способів її реалізації – педагогічних технологій і техніки. Усвідомлення мети і результату організованого процесу розвитку зумовлює потребу в знаннях, даючи можливість осмислювати суперечності між вибраною програмою виховання і реальним процесом її здійснення. Саме це є внутрішнім стимулом самовиховання фахівця, прагненням отримати необхідні уміння, поглибити знання.

Отже, **майстерність** можна розглядати:

- як щонайвищий рівень педагогічної діяльності (якість результату);

- як прояв творчої активності особи фахівця (психологічний механізм успішної діяльності).

**Педагогічна майстерність** – це комплекс певних властивостей особистості, які забезпечують високий рівень самоорганізації професійної педагогічної діяльності.

Типові **ознаки педагогічної майстерності**:

- педагогічна майстерність – це характеристика безпосередніх дій, які відповідають певній ситуації;

- поняття „майстерність” – невідривно від конкретної особистості, а тому завжди має глибоко індивідуальний характер;

- майстерність не можна передати, передаються лише окремі приклади, зразки дій, рекомендації, поради;

- майстерність – це інтеграційне поняття, яке передбачає синтез знань, досвіду і якостей особистості;

- майстерність – це особливий стан творчого самовираження, активності, різнопланового бачення ситуації, її глибокого усвідомлення або розвинутої інтуїції;

- майстерність – це здатність рухатися до мети, чітко уявляти її; прагнення до удосконалення і завершення початої справи на найвищому якісному рівні.

### **Складові педагогічної майстерності :**

1. Гуманістична спрямованість.
2. Професійна компетентність (професійні знання).
3. Педагогічні здібності.
4. Педагогічна культура.
5. Педагогічна техніка.

**Гуманістична спрямованість** - це система, здатна до самоорганізації особистості:

- бачити особистість, відчувати, розуміти і допомагати;
- в кожній маленькій справі бачити велику мету;
- „ростити” особистість через відкриття, а не насадження;
- відповідати за свій вплив;
- відчувати моральне задоволення від розвитку вихованців.

Гуманістична спрямованість виявляється як активна позиція. Гуманістична спрямованість є проявом здатності бачити великі завдання по малих справах. Вона дає можливість оцінювати свою діяльність з погляду не тільки безпосередніх, але і опосередкованих результатів, тобто тих позитивних індивідуальних змін в життєдіяльності і структурі особистості своїх вихованців, частковим організатором яких ти є сам як особистість, відповідальна за якість організації виховного процесу.

**Професійна компетентність** – знання предмету, методики його викладання, педагогіки і психології. Важливою особливістю професійних педагогічних знань є їх комплексність, яка потребує уміння синтезувати матеріал для успішного вирішення педагогічних задач, аналізу педагогічних ситуацій, які зумовлюють необхідність осмислення психологічної сутності явищ, вибору засобів взаємодії. Рішення кожної педагогічної задачі актуалізує всю систему педагогічних знань фахівця.

Майстерність педагога – в „олюдненні”, натхненності знань, які не переносяться з книжок в аудиторію, а подаються як власний погляд на світ. На ґрунті професійних знань формується педагогічна свідомість – принципи і правила, щодо дій і вчинків педагога. Ці принципи і правила кожний фахівець виробляє на підставі власного досвіду, але осмислити, усвідомити їх можна лише за допомогою наукових знань, які потребують системати-



чного поповнення. Професійні знання повинні формуватися в той же час на всіх рівнях: методологічному, теоретичному, методичному, технологічному.

**Педагогічні здібності** – забезпечують швидкість самовдосконалення. Педагогічні здібності – сукупність якостей особистості, достатні і необхідні для успішного виконання професійно-педагогічної діяльності.

1 група – дидактичні здібності – уміння викладати навчальний матеріал;

2 група – організаційні – уміння планувати і проводити певну діяльність;

3 група – комунікативні – уміння спілкуватися;

4 група – перцептивні – здатність зрозуміти внутрішній світ людини по її зовнішніх ознаках;

5 група – сугестивні – здатність здійснювати навіювання;

6 група – навчально-пізнавальні – пошук додаткової інформації, науковий пошук.

Здібності в педагогічній діяльності можна оцінювати залежно від того, як швидко йде професійне навчання.

**Педагогічна техніка** – форма організації поведінки педагога або фахівця (зовнішня, внутрішня). *Педагогічна техніка* – це уміння використовувати психофізичний апарат як інструмент виховного впливу, це прийоми володіння собою (своїм організмом, настроєм, увагою і уявою) і прийоми впливу на інших (вербальними і невербальними засобами спілкування).

**Критеріями майстерності фахівців сфери туризму:**

- доцільність (за спрямованістю);
- продуктивність (за результатами);
- діалогічність (характер відносин з клієнтом);
- оптимальність у виборі засобів, творчість (за змістом діяльності).

**Педагогічна культура** – інтеграційні якості особистості, які проектуються в загальну культуру, в сферу професійно-педагогічної діяльності.

**Компоненти педагогічної культури :**

- гуманістична спрямованість;
- культура саморегуляції;
- культура зовнішнього вигляду фахівця;

- мова фахівця (техніка мови, культура мовлення);
- культура невербального спілкування;
- культура педагогічного спілкування;
- педагогічний такт – міра впливу на особистість;
- культура самоорганізації і самовиховання.

**Саморегуляція** – це внутрішнє управління своєю поведінкою, спрямування уваги, мислення, свідомості і волі індивіда на досягнення максимальної ефективності своєї власної діяльності.

**Способи саморегуляції:**

- відвернення;
- перемикання на іншу дію;
- самонаказ (елемент аутогенного тренування).

**Методи саморегуляції** – контроль за напруженою м'язів, диханням; бібліотерапія, гумор, самонавіяння, перемикання, аутогенне тренування, музикотерапія.

**Аутогенне тренування** – це система прийомів свідомої психічної саморегуляції. Аутогенне тренування має три основні етапи: 1) розслаблення (вхід в стан релаксації); 2) самонавіювання на фоні стану релаксації; 3) вихід із стану релаксації.

**Мова** - основний спосіб спілкування і взаєморозуміння в людському суспільстві. Мова – це людина в цілому. Словарний запас 7-9 тис. слів.

**Функції мови:**

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| - комунікативна; | - інформаційна; |
| - психологічна;  | - виховна;      |
| - пізнавальна;   | - естетична.    |

**Культура мовлення** – здатність оратора підібрати засоби дії на аудиторію, логічно побудувати виступ, використовуючи при цьому складові техніки мови (*тембр, швидкість мови, виразність, ясність і зрозумілість, точність і правильність, чистоту, багатство і різноманітність словника промовця*).

Культура мовлення виробляє навик регулювання відбору і вживання мовних засобів, в процесі мовного спілкування, допомагає сформувати свідоме відношення до їх використання в мовній практиці.

**Техніка мови** – дикція, дихання, діапазон голосу, тембр голосу, темп мови, інтенсивність звучання, пауза (логічна, смислова, психологічна).

**Темп мови** – швидкість вимовляння мовних елементів. Темп мови вимірюють двома способами:

- 1) числом звуків або складів, вимовних в одиницю часу (наприклад, в секунду);
- 2) середньою тривалістю звуку (складу).

Нормальний темп мови близько 120 слів в хвилину. Одна сторінка машинописного тексту, надрукованого через 1,5 інтервали, повинна читатися за дві або дві з половиною хвилини.

Темп мови може змінюватися. Це залежить від змісту вислову, емоційного настрою промовця, життєвої ситуації. **Відчуття захоплення, радощі, гніву** прискорюють темп мови, а **пригніченість, інертність роздум** – уповільнюють його.

Від чого залежить темп вимовляння речень:

- *Швидше біжимо до лісу!*
- *Він йде поволі, нога за ногою заплітається.*
- *Повзе, як черепаха.*
- *Який довгий і похмурий день сьогодні!*

**Темп мови має велике значення для успіху виступу.**

Швидка мова, особливо якщо це лекція, вимагає посиленої уваги, що викликає стомлення і бажання передихнути, тобто перестати слухати виступаючого. Сповільнена мова розхолоджує слухачів, ослабляє увагу і теж стомлює аудиторію.

В яких випадках необхідно уповільнювати темп мови:

- якщо потрібне щось підкреслити, виділити (визначення, висновки);
- коли ми виступаємо перед великою аудиторією, хочемо щоб нас всі чули і розуміли (прагнемо вимовляти кожний звук, кожне слово).

Коли ж промову виголошується з підйомом, внутрішнім пафосом, темп швидшає.

Що є **тембром** голосу?

Тембр – додаткова артикуляція-акустична прикраса голосу, її колорит.

За тембром голосу встановлюється його **тип**: бас, баритон, тенор, сопрано, колоратурне сопрано.

У кожної людини своє емоційне забарвлення.

Характер тембру настільки буває різноманітним, а його сприйняття суб'єктивним, що учені в описі особливостей використовують самі різні визначення, що підкреслюють його:

1) *зорове сприйняття* – світлий, темний, тьмянний, блискучий;

2) *слухове* – глухий, вібруючий, тремтячий, дзвінкий, гласливий, скрипучий;

3) *дотикове* – м'який, гострий, твердий, важкий, холодний, гарячий, легкий, жорсткий, гладкий;

4) *асоціативне* – оксамитовий, мідний, золотий, срібний, металевий;

5) *емоційне* – похмурий, веселий, тріумфуючий, жвавий, захоплений, глузливий, зневажливий, сердитий, благодушний.

**Дикція** – чітка вимова звуків мови, відповідна фонетичній нормі даної мови.

Відробіток чіткої дикції завжди починається:

- з м'язового тренування – *гімнастики артикуляції*, що дозволяє свідомо управляти потрібними групами м'язів;

- формування правильних навиків вимови окремих голосних і приголосних звуків мови і їх поєднання.

Активність, хороший енергійний темп мови вимагають абсолютного володіння дикцією, справжньої технічної майстерності, яка дозволить нам при будь-якій швидкості мови донести до слухача у всій повноті значення вислову.

Для вироблення чіткості вимови при будь-якому темпі служать спеціальні фрази – скоромовки. Відробіток швидкого темпу мови при збереженні дикційної чіткості вимагає особливої методики тренування.

Всіх, чия діяльність професійно пов'язана із звучною мовою, в першу чергу цікавитиме цей момент – дихання, а саме фонаційне дихання, яке характеризує:

1. Активність – енергетична база нашої мови.

2. Організований видих – струмінь повітря, що видихається, повинен як би «фокусуватися» в одній точці, видих повинен бути організований.

3. Розподіл видиху – уміння свідомо ділити весь об'єм повітря, що видихається, на рівномірні відрізки – порції. Тут вдих в 10-15 разів коротше за видих. А при добре тренованому диханні видих можна розподілити на 25 або 30 порцій, і кожна з них буде повновагою, а отже кожне слово – повнозвучним.

4. Добір дихання в процесі мови. Потрібно навчитися швидко енергійно, а головне, непомітно для слухачів підхоплювати нову порцію повітря, поповнювати його запас в кожній зручній паузі.

Спеціальний *комплекс дихальної гімнастики*, підготовлений з урахуванням особливостей мовного (фонаційного) дихання. Після *відробітку вправ підготовчого періоду* потрібно приступити до *спеціальних вправ, що розвивають активність мовного дихання*. Ця серія вправ повинна відпрацювати наступні елементи мовного дихання:

- глибокий енергійний, короткий вдих, в основному через ніс, направлений в нижні частки легенів;
- рівномірний, активний, що не слабшає до кінця видих;
- організований видих, «фокусування» його на кінчиках трохи зібраних (як би для свисту) губ.

Відпрацювавши і закріпивши навички фонаційного дихання, можна переходити до наступного етапу – виховання мовного голосу.

**Голосоутворення** – складний багатофункціональний процес, який відбувається в організмі людини автоматично, згідно особливій «програмі», що виробляється спеціальними центрами, які знаходяться в корі головного мозку.

Виділяються наступні основні якості професійного мовного голосу:

1. *Достатня сила звуку* – динамічний діапазон голосу.
2. *Посилання звуку* – здатність досягати потрібної точки, долітати до кожного слухача.
3. *Рухливість, гнучкість* – звуковисотний діапазон, що дозволяє передавати думку промовця у всій її повноті і різноманітності відтінків.

4. *Тембр голосу*. Від того, наскільки виразний голос в своєму тембральному забарвленні, залежить легкість сприйняття слухачами значення вислову.

5. *Польотність звуку* – здатність виділятися на фоні других звуків і шумів, не змішуючись з ними, не гублячись серед них.

6. *Витривалість* – мала стомлюваність голосу, що дозволяє не втрачати основні властивості звучання при тривалому інтенсивному виступі, витримувати смислове навантаження.

Етапи роботи над голосом:

- звільнення фонаційних шляхів, створення якнайкращих умов для вільного звучання (зняти напругу в області гортані і плечового пояса);

- відшукати свій природний голос (голос, звучання якого виникає легко);

- розвиток динамічного діапазону голосу (уміле використання дихання і резонаторів акустичної системи).

Від чого залежить **інтенсивність** звучання?

Інтенсивність звучання залежить від напруженості і амплітуди коливання голосових зв'язок. Чим більше амплітуда коливання, тим інтенсивніше звук. Звук буває: низький, середній, високий.

З чого складається **інтонація**?

- тон;
- інтенсивність звучання;
- тривалість;
- тембр.

Що таке **тон**? Тон – висота голосних, сонорних і дзвінких приголосних. Тон формується при проходженні повітря через глотку, голосові зв'язки, порожнини рота і носа.

**Пауза** – тимчасова зупинка звучання, протягом якої мовні органи не артикулюють, і яка розриває потік мови.

Емоційність – засоби дії на аудиторію.

Мовний жанр – стиль виразу думок.

гіпербола – перебільшення.

Епітет – художнє забарвлення.

Афоризм – крилаті слова і вирази.

Тезаурус – система слів, зв'язаних ієрархією понять, що позначаються ними, і асоціаціями з ключовими словами.

Лексикон – словарний запас, що використовується.

**Спілкування** - найважливіший професійний інструмент педагогічної діяльності. В педагогіці **педагогічне спілкування** визначається як **професійне спілкування** вчителя і учня на уроці і поза уроками, яке направлене на створення сприятливого психологічного клімату.

Спілкування може проходити на двох рівнях: **вербальному і невербальному**.

Вербальне спілкування – мовне спілкування. Красномовство прикрашає особистість менеджера турфирми, ефективно служить іміджу. Будь-яка мовна подія, що вдалася, приносить задоволення, радість. Головне, в мовному спілкуванні слід знати, що сказати і як сказати.

Існує **десять заповідей оптимального мовного спілкування**, що допомагають легко і красиво виражати свої думки, невимушено і гармонійно вести діалог:

1. Висловлюватися правильною мовою, відповідно загальноприйнятим мовним нормам.

2. Брати до уваги сфери спілкування (колеги, конференції, телестудія і т.д.). Неприпустимо в різних сферах говорити одним стилем. Уникати різноманітності мови.

3. Не бути багатослівним. Конкретно формулювати свої пропозиції, роблячи доступною для всіх їх конструктивність, новизну.

4. Висловлюватися зрозумілою, барвистою мовою. Ясність – головна перевага мови за Аристотелем.

5. Уміти вислухати опонента. Менеджер, не здатний слухати інших, обмежений в своїх можливостях працювати над власним мовним іміджем.

6. Доказово і чітко виражати свої думки.

7. Бути стриманим в жестах.

8. Поважати думку опонента. Приєднуючись до думки інших, не повторюватися, бажано мотивувати свою мовну дію.

9. Утримувати увагу слухача, не зловживати паузами в мові.

10. Використовувати емоційні засоби дії.

Дотримання цих правил знімає прояв стискання, закріпаченості в спілкуванні, налагоджує гармонійні взаємостосунки між людьми, створює привабливий імідж співбесіднику.

Головним в діловому спілкуванні повинні стати відносини, засновані на пошані і вимозі. Педагогічна майстерність розглядається, як уміння впливати на тих, кого ми виховуємо.

Невербальна комунікація як своєрідна мова відчуттів є таким же продуктом суспільного розвитку, як і мова слів. До **засобів невербальної комунікації** належать: зовнішній вигляд педагога, контакт очей (візуальний контакт), жести, міміка, пантоміміка, інтонація, паузи, поза і т.д., що утворюють знакову систему, яка доповнює і посилює, а іноді і замінює засоби вербальної комунікації – слова.

Невербальна комунікація відбувається, як правило, неусвідомлено, мимовільно. Велика частина людей контролює свою мову, але на підставі аналізу міміки, жестів, інтонації, можна оцінити правильність, щирість мовної інформації.

Педагог формує морально-етичні погляди і смаки своїх вихованців. Будь-яка деталь в його **зовнішньому вигляді** і поведінці має виховне значення. “ Я повинен бути естетично виразний - писав А. Макаренко, - тому я жодного разу не вийшов в брудному взутті або без пояса. Я теж повинен мати якийсь блиск, у міру сили і можливості. Я не допускав в клас вчителя, якщо він був неохайно одягнений. Тому стало звичкою ходити на роботу в кращому костюмі. І я сам виходив на роботу в якнайкращому костюмі, який тільки у мене був”.

**Міміка** – виразні рухи м'язів особистості. Нерідко вираз обличчя і погляд впливають на співбесідника сильніше, ніж слова. Жести і міміка, підвищуючи емоційну значущість інформації, сприяють кращому її засвоєнню. Обличчя повинне не тільки виражати, але і приховувати деякі відчуття: не слід “нести” в аудиторію вантаж домашніх турбот, неладів. Слід показувати на обличчі і в жестах те, що стосується справи, сприяє здійсненню навчально-виховних завдань.

Обличчя, як і весь зовнішній вигляд, має виражати впевненість, схвалення, засудження, незадоволеність, радість, байдужість, зацікавленість, захоплення, обурення в багатьох варіантах. Широкий діапазон відчуттів виражає усмішка, яка свідчить про духовне здоров'я і моральну силу особистості. Важливі показники відчуттів – брови, очі. Підняті брови указують на пре-



великий подив, зсунуті – зосередженість, нерухомі – спокій, байдужість, в русі – захоплення.

Слід уважно вивчити можливості своєї особистості, виробити уміння користуватися виразним поглядом, уникати надмірною динамічністю м'язів і очей (“бігаючи очі”), а також і неживої статики (“кам'яна особа”).

Міміка обов'язково повинна доповнюватися пантомімікою.

**Пантоміміка** – це виразні рухи всього тіла чи окремої його частини, пластика тіла. Вона допомагає виділити в зовнішності головне, мале образ. Красива, **виразна постава** (пряма хода, зібраність) виражає внутрішню гідність, упевненість в своїх силах. Сутулість, **голова, що поникнула, млявість рук** здебільшого свідчать про внутрішню слабкість, невпевненість в собі. Часто **красива постава** є результатом спеціальних вправ і звички. Всі пози і рухи повинні бути витонченими і простими.

Жести бувають **описовими і психологічними**.

**Описові** – показ розміру, форми, швидкості – ілюструють хід думки.

**Психологічні** – виражають відчуття. На превеликий подив указують розведення в сторони руки, застереження – притиснутий до губ палець руки. Жести, як і інші рухи корпусу, частіше за все випереджають висловлювану думку, а не йдуть за ним.

Для того, щоб спілкування було активним, слід піклуватися, щоб:

- поза була відкритою;
- не схрещувати рук;
- стояти обличчям до співбесідника;
- витримувати дистанцію, яка створює ефект довір'я;
- доцільно рухатися, а не стояти на одному місці.

**Крок вперед** усилює значущість повідомлення, допомагає зосередити увагу аудиторії. **Відступаючи назад**, оратор начебто дає можливість слухачам відпочити.

**Види жестів:**

**1. Жести виразні**, які підкреслюють емоційну насиченість ідей. Ці жести звичайно супроводжують сильні,

кульмінаційні місця мови, але можуть також підкреслюватися місця заохочення, утіхи і т.д.

**Приклад:** розмахування руками, пересування (в міру). Їх має бути більше в дитячій аудиторії, жіночій.

## **2. Описові.**

## **3. Вказуючі.**

**Приклад:** великий палець до грудей – чоловік підкреслює свою сутність;

Долоня розкрита – демократичний;

Палець вказівний – авторитарний;

Долоня вгору – відкритий.

## **4. Наслідувальний.**

1. Наслідувати іншій людині (якщо це добра людина, то – так, якщо погана, то ні).

2. Віддзеркалення – повне повторення жестів співбесідника, все відбувається на абсолютно-підсвідомому рівні (загальноописове повторення тіла).

Міміка, інтонація і жестикуляція покращують спілкування з оточуючими, усилюють зміст промови оратора і дають додаткову інформацію.

**Вітання.** Різні народи по-різному вітають один одного.

- чоловіки-латиноамериканці: звичайне стереотипне обіймання: голова над правим плечем партнера, три виляски по спині, потім голова над лівим плечем партнера, ще три виляски;

- китайці у старі часи потискували руки самі собі;

- полінезійці, що проживають на островах в східній частині Тихого океану, обнімаються і потирають один одному спину;

- ескімоси, вітаючи знайомого, злегка ударяють його кулаком по голові і плечам;

- лапландці труться носами;

- єгиптяни і йеменці – жест віддачі честі (долоня прикладається до лоба);

- африканці, торкаються один одного щоками.

**Прощання.** Не завжди звичні нам жести можуть правильно зрозуміти іншим народом.

- російський жест прощання – ми звичайно махаємо кистю руки зверху вниз – сприймається латиноамериканцем як жест запрошення;

- жителі Андаманських островів, що входять до складу Індії, прощаючись, підносять руку партнера до рота і тихенько дмуть на неї;

- в більшості європейських країн прощаються, похитуючи рукою з одного боку в інший, долонею вперед.

### *У різних народів різні жести.*

**Заклик «йди сюди»** у центральних народів Європи, в Росії прийнято зображати рухом кисті, коли при помаху внутрішня сторона долоні звернена до себе.

У народів Латинської Америки, Африки поступають інакше: при помаху кистю внутрішня сторона долоні звернена від себе до партнера, оскільки у темношкірих людей внутрішня сторона має світле забарвлення і помітна здалека. В Росії такий жест сприймається з протилежним значенням: «йди, залиш».

**Захоплення** виражається іспанцем, мексиканцем, колумбійцем так: склавши три пальці, вони прикладають їх до губ і відтворюють звук поцілунку.

Японці на відміну від європейців, росіян аплодують, витягнувши руки вперед, так, щоб стикалися пальці. В Англії повільне ритмічне ляскання в долоні на концерті або в театрі – вираз рішучого несхвалення: артисту пропонують забратися зі сцени.

**Жест – трусіння кистю зверху вниз** на Кубі, в Аргентині, Уругваї супроводжується вигуком «ну і ну!», «як добре!». В Перу – теж латиноамериканській країні – значить: «ах, як я помилився!», в Чилі – «Уяви, що відбувається?», в Панамі, Нікарагуа цей же жест застосовують тільки жінки, і він означає: «щось буде!»

**Кажучи про себе**, європеєць показує рукою на груди, а японець – на ніс. Жителі Мальти замість слова «**немає**» злегка торкаються кінчикам пальців підборіддя, повернувши кисть вперед. У Франції і Італії цей жест означає, що у людини щось болить. В Греції і Туреччині офіціанту у жодному випадку не можна показувати два пальці (по вашому розумінню – дві кави) – це жорстока образа, подібна плювку в обличчя.

Утворивши колючку з великого і вказівного пальців, американці і представники багатьох інших народів повідомляють нас, що **справи «о'кей»**. Але цей же жест в Японії використовують в розмові про гроші, у Франції він означає нуль, в Греції і на Сардинії служить знаком відмашки, а на Мальті їм характеризують людину із збоченими статевими інстинктами.

В процесі спілкування представники різних народів кивають головою. У одних народів це є знаком згоди, а у інших (наприклад, у болгар) кивок служить знаком заперечення. У японців вертикальний швидкий рух головою швидше означає «уважно слухаю», але не обов'язкова згоду.

В будь-якій культурі жести нещирості пов'язані з лівою рукою, тоді як права рука у нас «окультурена», вона робить те, що треба, а ліва – те, що хоче, видаючи таємні відчуття власника.

**Жест національний.** Англійський учений Майкл Арчил під час своєї подорожі навколо світу встановив, що протягом годинної розмови фін використовує жестикуляцію 1 раз, італієць – 80, француз – 120, а мексиканець – 180 разів. Росіяни відрізняються відносною стриманістю прояву своїх відчуттів. І якщо хтось починає розмахувати руками, то це сприймається як ознака невихованості.

Знати систему жестів різних народів необхідно будь-якій людині, щоб не потрапити в неприємне положення в процесі ділового спілкування за рубежем. Дослідники приходять до висновку, що вербальні способи використовуються для передачі фактичної інформації, тоді як невербально передаються емоції співбесідників. У ряді випадків невербальні сигнали можуть повністю замінити слова.

**Міжособовий простір спілкування**, тобто як близько або далеко співбесідники знаходяться один від одного. Існує певна межа допустимої відстані між співбесідниками, яка залежить від виду взаємодії.

Така межа визначається таким чином:

- інтимна відстань (до 0,5 м) відповідає особистим, душевним відносинам;
- міжособова відстань (0,5-1,2м) – для бесіди друзів;

- соціальна відстань (1,2-3,7 м) – для неформальних ділових відносин, причому верхня межа більш відповідає формальним відносинам;

- публічна відстань (3,7м і більш) – на цій відстані можна утриматися від ділового спілкування. Слід пам'ятати, що надмірне близьке, як і надмірне видалене, положення людей негативно позначається на діловому спілкуванні.

Розуміння невербальної мови в основному отримується при навчанні. Проте слід пам'ятати, що люди в цьому плані відрізняються один від одного психологічними, соціально-демографічними, національними особливостями, освітою, культурним рівнем розвитку. Як правило, чуйність в невербальному іміджі підвищується з віком і життєвим досвідом.

**Діловий етикет в туристській діяльності** - встановлений порядок поведінки співробітників туристського підприємства стосовно клієнтів і основи взаємовідношення всього персоналу між собою: начальників і підлеглих, а також рівних по посадах.

Норми ділового етикету – це не істина у вищій інстанції. Вони не носять абсолютного характеру і можуть бути схильні до змін в часі. Проте їх розумне вживання істотно підвищить ефективність діяльності туристської фірми. Так, ще в 1936 році Дейл **Карнегі пише**: *«успіхи тієї чи іншої людини в її фінансових справах відсотків на 15 залежать від її професійних знань і відсотків на 85 - від її уміння спілкуватися з людьми».*

Р. Ботавіна в своїй книзі «Етика ділових відносин» виділяє наступні **принципи ділового етикету**, які знаходять своє віддзеркалення і в туристській галузі:

**1. Здоровий глузд.** Здоровий глузд передбачає економію робочого часу, забезпечення порядку на підприємстві, підтримку організованості персоналу. Ці і інші розумні цілі досягаються за допомогою ділового етикету.

**2. Свобода.** Партнеру необхідно надати свободу вибору. Стосовно туристської діяльності цей принцип набуває додаткового значення, оскільки передбачає терпиме ставлення до національних особливостей і культурних національних традицій іноземних гостей і партнерів туристської фірми.

**3. Етичність.** Всі складові ділового етикету в основі своїй повинні бути моральними. Вони всім своїм змістом просто зобов'язані бути направленими на добро. Цей принцип дозволяє «оточити» туристський бізнес множиною «етичних фільтрів», що залишають аморальні поступки персоналу за рамками сфери ділових відносин. Адже коли співробітник усвідомлює, що одурювати клієнта не тільки аморально, але навіть не вигідно, то ефективність діяльності туристського підприємства неухильно зростає.

**4. Зручність.** Правила поведінки, продиктовані діловим етикетом, при розумному їх вживанні не здатні сковувати, заважати діловим відносинам, гальмуючи розвиток туристської фірми. Принцип зручності на туристському підприємстві необхідно реалізовувати у всьому: починаючи з організації робочого місця, закінчуючи правилами проведення презентації свого туристського продукту.

**5. Доцільність.** Кожна вимога ділового етикету повинна служити відповідним цілям.

**6. Економічність.** На виконання рекомендацій ділового етикету не слід витратити дуже багато грошей. Висока «вартість» моральності в бізнесі сама по себе неетична, оскільки є вирахуванням з доходу туристського підприємства.

**7. Невимушеність.** Нав'язане механічне дотримання вимог ділового етикету, позбавлене розуміння їх внутрішнього сенсу, не дасть позитивного ефекту. Норми етикету і правила повинні бути природні, виконуватися з легкістю і без напруги. Проте не варто плутати невимушеність з безцеремонністю, невихованістю і нахабством.

**8. Консерватизм.** Даний принцип простежується багато в чому. Це і строгий діловий костюм співробітника туристської фірми, і його манери спілкування, прихильність певним традиціям. А такі прояви консерватизму мимовільно сприяють створенню у клієнтів уявлень про туристську фірму як про щось непорушне, постійне, незмінне і стійке. Фундаментальність, надійність і стабільність завжди привертатимуть потенційних клієнтів і партнерів.

**9. Універсалізм.** Будь-яке правило або норма ділового етикету може застосовуватися в різних ситуаціях ділових взаємостосунків.

**10. Ефективність** ділового етикету полягає в тому, що його стандарти дозволяють скорочувати терміни виконання договорів, зменшувати кількість конфліктів в колективі і т.д.

Використання принципів ділової етики є економічно вигідним і, як було показано, робить значний вплив на підвищення ефективності діяльності туристського підприємства.

Співробітнику туристського підприємства в цілях оптимізації своєї діяльності на сьогоднішній день недостатньо бути просто ввічливим і доброзичливим. В діловому етикеті загальні принципи дістають специфічне забарвлення в наступних основних правилах.

**Перше правило** – будьте пунктуальними і точними. Спізнення для будь-якого співробітника неприйнятні. Вони заважають роботі, а також свідчать про те, що на таку людину не можна покластися. Для менеджера турфирми дуже важливе уміння розраховувати час, необхідний для виконання того або іншого завдання, у тому числі для обслуговування клієнта. Корисно тримати в думці ще один закон: якщо справи йдуть дуже добре це ще не привід для радості, скоро щось повинне трапитися. Зі всього цього можна зробити висновок: на виконання завдань треба виділяти час із запасом, враховуючи проблеми, які можуть виникнути.

**Друге правило** – враховуйте не тільки свої, але і інші інтереси. Неможливо досягти успіхів в своїй діяльності, не піклуючись про думки і інтереси партнерів і клієнтів. Частіше за все причинами неуспіху в справах туристського підприємства стають егоїзм, поглибленість виключно у власну вигоду, прагнення нашкочити конкурентам і навіть товаришам по службі, щоб просунутися по посадовим сходам. Для підвищення ефективності діяльності туристської фірми потрібно прагнути завжди вислуховувати співбесідника, вчитися поважати чужу думку і розуміти його, позбавлятися від нетерпимості до інакомислення.

**Третє правило** – говорите грамотно і красномовно. Це одне з головних правил, оскільки уміння співробітника грамотно говорити впливає не тільки на його імідж, але і на імідж того

туристського підприємства, де він працює. Від уміння спілкуватися часто залежать шанси туристської фірми на укладення того або іншого договору. Персоналу, що працює з людьми, для того, щоб досягти успіху в своїй діяльності, необхідно оволодіти мистецтвом риторики, тобто майстерністю красномовства. Дуже важливо стежити і за своєю дикцією – вимовою і інтонацією, не вживати жаргонних слів і образливих виразів. Вимагається постійно удосконалювати свою мову, робити її більш виразною, яскравою і емоційною. Особливе значення для співробітників туристської фірми набуває уміння слухати інших і виявляти цікавість до почутого. Все це, поза сумнівом, не залишиться не поміченим клієнтами, справить на них добре враження і, отже, відобразиться на ефективності діяльності туристського підприємства в цілому.

**Четверте правило** – прагніть стримуватися у висловах. Кожний співробітник зобов'язаний берегти секрети свого підприємства. Це правило торкається всіх справ туристської фірми: від кадрових до технологічних. Це ж стосується і до розмов товаришів по службі про їх особисте життя.

**П'яте правило** – одягайтеся відповідно. Одяг не повинен різко виділяти співробітника туристської фірми з контингенту працівників його рівня.

В туристській діяльності через неправильну поведінку або невихованість персоналу не тільки втрачаються гроші, але і рушаються кар'єри талановитих співробітників. Незграбний комплімент, гудзик, що відвалився, миготлива лампочка, візитна картка з помилкою, пом'ятий документ або недоречне «спасибі» можуть разом перекреслити професіоналізм співробітника, примусити клієнта встати і піти, а то і поскаржитися у вищестоящі інстанції. Співробітнику туристського підприємства незнання етикету, припустимо, у формі допущеної грубості до клієнта може обійтися і втратою пошани з боку колег, і позбавленням зарплати, і навіть звільненням з роботи, залежно від того, кому і як він нагрубив. А враховуючи те, що контингент клієнтів солідних туристських фірм – це частіше всього люди багаті і впливові, можливо VIP – персони, то в цих умовах стає найгострішою і насущною необхідністю не тільки знати і застосовувати правила ділового етикету, але і бути в ньому майстром.



### ***Вітання і представлення.***

*Етикет вітань і представлень* – це сукупність правил первинної міжособової взаємодії, що стосуються зовнішнього прояву відношення до людей.

За правилами ввічливості першим вітає:

- чоловік – жінку;
- молодший – старшого;
- той, хто проходить – того, що стоїть;
- той, що спізнюється – того, хто чекає;
- що входить – тих, що знаходяться в приміщенні.

Ділова сфера вносить в ці правила свої коректування: тут головним критерієм того, хто кого повинен вітати першим, виступає посада, а не стать і вік.

Нижчестоячий за посадою першим вітає вищестоящого. Проте і ця вимога не завжди строго виконується. Наприклад, молодий директор туристської фірми (чоловік), якщо він добре вихований, повинен привітатися з менеджером (жінкою) першим, хоча вона і нижче його за посадовим рангом. Що стосується ситуації «менеджер туристської фірми – клієнт», то співробітник повинен вітати клієнта першим, навіть якщо менеджер – жінка, а клієнт – чоловік.

При вітанні і прощанні, окрім слів «Будьте здоровими», «Добридень» і «До побачення», бажано додавати ім'я і по батькові співбесідника. Чути власне ім'я завжди приємно, а значить це дозволить викликати до себе прихильність людини. Слід пам'ятати, що вітанням люди виражають один одному доброзичливість і взаємну повагу, тому в голосі і інтонації не повинно бути ноток незадоволеності або поганого настрою.

«Добрий ранок» говорять до 12.00 годин, «Добридень» - до 18.00 годин, «Добрий вечір» - після 18.00 годин. До вищестоящих осіб з цими вітаннями не слід звертатися, краще сказати традиційне «Здрастуйте».

Якщо співробітник бачить свого колегу або клієнта на вулиці, в коридорі на досить великій відстані, немає сенсу викрикувати слова вітання. В даному випадку буде достатньо просто обмінятися уклонами. Варто відзначити, що при уклоні голова фіксується в нахиленому стані на 1-2 секунди.

Вітання може супроводжуватися рукоштовпанням. Існують правила щодо того, хто має подавати руку першим. Проте застосовувати їх на практиці складно, оскільки часто виникають неоднозначні ситуації. Тому приведемо підказку, яку дає в своїй книзі «Культура ділового спілкування» Ф. Кузін. Він вважає, що ініціатором рукоштовпання має бути той, хто «зглянувся» над партнером, а «зглянувся» той, у кого більш привілейований статус в суспільстві, - це «прекрасна стаття», людина більш старшого віку або той, хто посадає більш високу посаду.

*Представитися* – означає сказати своє ім'я, прізвище, посаду і підприємство, на якому працюєте. В колі трудового колективу часто представлення здійснюється третьою особою. В цьому випадку той, хто представляє має знати обидві сторони. За правилами ввічливості представляють:

- чоловіка – жінці;
- молодшого - старшому;
- нижчестоячого за посадою – вищестоящому;
- одного співробітника – групі співробітників.

Називають ім'я того, хто представляється і ім'я того, кому представляють. Їх слід вимовляти чітко і ясно, щоб не було необхідності перепитувати.

Якщо знайомити осіб однієї статі, близьких за віком і службовим положенням, не обов'язково загострювати увагу на тому, хто кому представлений. Можна обійтися центральною фразою: «познайомтеся, будь ласка, поважані колеги». Після цього звичайно нові знайомі обмінюються декількома загальними фразами. Як правило, ініціативу при цьому бере на себе особа більш високої посади.

Клієнт може питати все що завгодно, і менеджер повинен уміти коректно відповісти на абсолютнолюбимій питання.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Яку роль має спілкування в житті працівника сфери туризму?
2. Назвіть і охарактеризуйте дві форми спілкування.

3. Які етапи професійно-педагогічного спілкування виділяє В. А. Кан-Калик?

4. Назвіть особливості педагогічного спілкування екскурсовода, туropератора та фахівця з готельно-рестораної справи.

5. Що ви розумієте під невербальними засобами спілкування?

6. Можемо лі ми говорити про етику невербальних засобів спілкування? Навести приклади.

7. Які моральні вимоги складають комунікативну культуру працівників готельно-рестораної справи?

8. За допомогою яких особистісних якостей складається комунікативна культура працівників сфери туризму?

9. Які функції виконують крилаті вислови та вирази в мові екскурсовода?

10. Скласти ідеальну модель спілкування з туристської тематики з уявленим співрозмовником.

11. Знайти пантомімічні засоби для вираження наступних вимог: „Доброго дня”, „ Увага”, „ Тихо”, „Припинить розмови”, „Прощу уваги”, „Підійти сюди”.

#### **Рекомендована література:**

1. Афанасьев И. Деловой этикет. – К., 1998.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. – М., 2001.
3. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М., 1994.
4. Ваген Линн Ван Дер. Гостиничный бизнес: Учебное пособие. – Ростов н/Д., 2001.
5. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов н/Д., 1999.
6. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М., 1980.
7. Емельянов Б.В. Профессиональное мастерство экскурсовода: Учебное пособие. – М., 1986.
8. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: Учебник. – М., 2002.
9. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. – М., 2001.

10. Зорин Г.И., Ильин И.Н. Основы туристской деятельности. – М., 2000.
11. Львов М.Р. Риторика. – М., 1995.
12. Маслова Н.Ф. Искусство невербальной диагностики. – Орел, 1993.
13. Основы педагогического мастерства / Под ред И.А. Зязюна. – М., 1989.
14. Пиз А. Язык телодвижений: Как читать мысли других людей по их жестам. Пер. с англ. – М., 1995.
15. Сопер Поль Л. Основы искусства речи. – М., 1995.
16. Хазагеров М.Т., Ширина Л.С. Общая риторика: учебное пособие. – Ростов н / Д: РГУ, 1994.

## Тема 2.4 Ораторське мистецтво в екскурсійній діяльності.

### План

1. Значення ораторського мистецтва в екскурсії.
2. Основи майстерності екскурсовода.
3. Головні складові ораторського мистецтва в екскурсійній діяльності:
  - підготовка до виступу;
  - пам'ять екскурсовода;
  - культура мовлення екскурсовода.
4. Активізація засвоєння екскурсійного матеріалу.

Термін «ораторське мистецтво» античного походження. Його синонімом є грецьке слово «риторика» і українське «красномовство», тобто здатність і уміння говорити красиво і переконливо.

**«Ораторське мистецтво»** - це засіб людського пізнання, своєрідний витвір мистецтва, що впливає одночасно і на відчуття і на свідомість.

Центральним поняттям риторики є людина, що здійснює публічну промову (оратор).

Люди, до яких звернені його слова, складають аудиторію публічної промови. Оратор і аудиторія взаємодіють один з одним в процесі публічного виступу; ораторська промова можлива тільки за наявності того. Хто говорить і тих, хто слухають. В наші дні риторика розглядається як наука, іноді її визначають як *«теорію переконливої комунікації»*.

**Ораторське мистецтво** в екскурсійній діяльності це:

- високий ступінь майстерності екскурсовода;
- мистецтво побудови і проведення екскурсії з метою здійснення бажаної дії на екскурсантів.

Б. Ємельянов виділяє наступні складові майстерності екскурсовода :

1. Широкий кругозір, ерудицію, високий культурний рівень.
2. Міцні знання в певній галузі, розділі за спеціальністю екскурсовода.

3. Знання основ екскурсійної теорії, методології екскурсійної пропаганди і методики ведення екскурсії.

4. Інтуїцію екскурсовода, яка знаходить своє віддзеркалення в умінні: - визначити склад і запити аудиторії; - використовувати несподіване явище; - швидко зробити висновок; - правильно реагувати на репліки екскурсантів; - правильно вийти з конфліктної ситуації; - дати потрібну пораду.

5. Володіння навиками. Навик – високий ступінь уміння. Всі навики екскурсовода можна розділити на декілька груп: - *навики* самостійної роботи; - *навики* підготовки до ведення чергової екскурсії; - *навики* усного виступу; - *навики* екскурсійного показу і розповіді; - *навики* використання «портфеля екскурсовода»; - *навики* прослуховування екскурсії.

Екскурсоводу необхідно враховувати наступні вимоги **екскурсійної методики**:

1. правильну організацію показу об'єктів;
2. адресність, диференційований підхід;
3. пріоритетність зорових доказів;
4. врахування вимог до розповіді (конкретність, наочність, лаконічність, достатність, функціональність і доцільність);

5. забезпечення безперервності екскурсії як процесу засвоєння знань, недопущення використання часу перерв для обміну враженнями про екскурсію;

6. уміння подолати кризу уваги екскурсантів, що настає на 14-й, 23-й, 31-й хвилині (наприклад, за допомогою прийому новизни матеріалу або прослуховування звукозаписів, використання допомог з «портфеля екскурсовода»);

7. використання різних вказівок (вказівки бувають: орієнтуючі на нагляд об'єкту, рекомендує порівняти об'єкт з яким-небудь іншим, пропонуючі пригадати історичний факт або трохи помовчати, подумати про побачене і почуте);

8. вироблення прийнятних манер, що знаходять вираз в способі тримати себе, в розмові з екскурсантами, в зовнішньому вигляді, в одязі, в наявності або відсутності поганих звичок.

Всі ці методичні рекомендації традиційна школа екскурсоведення відносить до складових професійної майстерності екскурсовода.

### **Підготовка до виступу.**

Багато екскурсоводів особливо на початковому етапі своєї професійної діяльності, проводячи екскурсії, страждають від хвилювання і невпевненості в собі. Подолання невпевненості в собі – найважливіша, на наш погляд, складова частина ораторського мистецтва екскурсовода.

#### ***Як подолати хвилювання перед виступом?***

Німецький дослідник Отто Ернст в книзі «Слово надано вам» називає причини скутості і страху перед публічним виступом і пропонує шляхи їх подолання:

**1. Надмірне занурення у власні переживання.** – Необхідно думати про справу, сконцентрувати увагу на змісті промови. Слід примусити себе повірити, що ви добре підготувалися до виступу і можете повідомити слухачам щось важливе і корисне.

**2. Хвилювання через нестачу досвіду.** – Широко використовувати можливість участі в різних дискусіях (сім'я, виробничий колектив і т.д.).

**3. Спогади про провал.** – Виступи бувають невдалими і реагувати на це треба спокійно і розсудливо.

**4. Недостатня підготовленість.** – Краща підготовка – упевненість в собі.

**Дейл Карнегі:** «багато хто робить фатальну помилку, не спромагаючись підготувати свою промову». Оратору потрібна певна психологічна підготовка: - повинен уміти набудувати себе перед виступом; - навчитися управляти відчуттями і настроєм.

**Чотири правила**, яких необхідно дотримуватися в підготовці до виступу (Дейл Карнегі):

1. Починайте мову з сильним і наполегливим прагненням досягти мети. Пам'ятайте, що від сили вашого прагнення до мети залежатиме швидкість досягнення ваших успіхів.

2. Готуйтеся до виступу. Ви відчуватимете себе невпевнено, якщо добре не знатимете те, про що ви збираєтесь говорити.

3. Проявляйте упевненість. «щоб відчувати себе сміливим», - рекомендує професор Уільям Джеймс, - дійте так, ніби ви дійсно сміливі, напружте для цієї мети всю свою волю, і напад страху, ймовірно, зміниться приливом мужності.

4. Практикуйтеся. Це найважливіше досягнення мети. Страх є наслідком невпевненості, невпевненість викликана незнанням того, на що ви здатні, а це незнання – результат браку досвіду. Тому створіть собі багаж успішного досвіду, і ваші страхи зникнуть.

Єдність слова і справи – етичний критерій діяльності оратора, одна з головних вимог – взаєморозуміння.

Якщо екскурсовод добре підготувався до проведення екскурсії, він може бути майже повністю упевнений в успіху. Добре підготовлена промова – це на дев'яти десятих виголошена промова.

Екскурсоводу рекомендується зібрати значно більше матеріалу, ніж він використовуватиме. Саме для цього і існує контрольний текст екскурсії. Важливі резервні знання. Це необхідне для того, щоб одержати якнайповніший об'єм інформації. Всі факти, що освітлюють тему, повинні бути зібрані, систематизовані, вивчені, «переварені» і перевірені.

Екскурсовод повинен переконатися в тому, що це дійсно факти, а потім подумати, на який висновок вони наштвухують.

Екскурсовод не повинен механічно заучувати формулювання і важкі слова. Потрібно звикнути до них, зрозуміти їх значення і лише після цього запам'ятати. Записи в руках екскурсовода на 50% знищують інтерес до екскурсії. Необхідно уникати читання індивідуального тексту або дуже частого використання карток-підказок. Але як цього досягти? Для цього потрібна добра пам'ять, яку і повинен розвивати екскурсовод.

#### **Пам'ять екскурсовода.**

Дейл Карнеги радить використовувати три такі «природні закони запам'ятовування»: **враження, повторення, асоціація.**

1. Нужно одержати глибоке, **яскраве враження про те, що ви хочете запам'ятати.** Для цього ви повинні: а) зосередитися; б) уважно спостерігати (свідомість не збереже туманних вражень); в) одержати враження за допомогою можливо більшого числа органів чуття; г) перш за все прагніть одержати зорове враження, яке міцніше.

2. Тисячі студентів-мусульман знають напам'ять Коран – книгу приблизно такого ж об'єму, як Новий Заповіт, і вони зна-



чною мірою досягають цього шляхом повторення. Ми можемо запам'ятати все, що завгодно в розумних межах, якщо достатньо часто повторюватимемо це.

Але при **повторенні** майте на увазі наступне:

- не повторюйте текст знову і знову, поки він не закріпиться у вашій пам'яті. Прочитайте текст один або два рази, потім залиште його, а пізніше знову і знову повертайтеся до тексту. Повторення у такий спосіб, з інтервалами, дозволить вам запам'ятати текст, витративши наполовину менше часу, ніж при запам'ятовуванні в один прийом;

- запам'ятавши що-небудь, ми за перші вісім годин забуваємо стільки ж, скільки за подальші тридцять днів; тому проглядайте свої записи всього за декілька хвилин до виступу.

3.Єдиний спосіб запам'ятати факт – це **асоціювати** його з яким-небудь іншим фактом.

Психолог *Тоні Бьюзен* для доброго запам'ятовування при створенні асоціації рекомендує враховувати наступні моменти: синестезію (відчуття), рух, асоціації (факти співвіднести із стійким чином свідомості), сексуальність, відчуття гумору, уява, нумерація, символізм, колір, порядок/последовність, позитивні образи, перебільшення.

Багата ерудиція екскурсовода повинна гармонійно поєднуватися з високою культурою усного мовлення.

**Культура мовлення екскурсовода.** Мова екскурсовода повинна бути:

**1. Багатою і різноманітною.** Словарний запас сучасної людини 7-9 тис. різних слів. За підрахунками інших, він досягає 11-13 тис. слів Д.Карнегі затверджує, що середня людина обходиться приблизно двома тисячами слів. О.С. Пушкін вжив в своїх творах і листах 21 тис. слів, Есенін – 19 тис, Сервантес - 17 тис, Шекспір – біля 15 тис.

**2. Чистою.** Чистота мови – відсутність в ній зайвих слів, слів-бур'янів, слів-паразитів. У деяких екскурсоводів в мові часто зустрічаються : «так би мовити, значить, ось, як би, зрозуміло, так, розумієте тощо», при цьому сприйняття екскурсійного матеріалу знижується, утрудняє його сприйняття.

**3. Ясною і зрозумілою.** Якщо слухач не сприймає значення вимовних слів, відсутнє розуміння того, про що мовиться.

Готуючи текст екскурсії, необхідно зробити так, щоб абстрактні твердження стали зрозумілими. Для цього рекомендується супроводжувати загальні категорії конкретними прикладами. Інакше екскурсія не може бути освітнім і виховним процесом. Дуже важливо, але і дуже важко бути ясным. Необхідно правильно використовувати різні пласти лексичного складу мови: терміни, іноземні слова, діалектизми, жаргонізми, професіоналізми, історизми, архаїзми, неологізми. Рекомендується уникати дуже частого вживання спеціальних термінів.

**4. Точною.** Точність мови екскурсовода – чітко і ясно мислити, знання предмету мови і законів рідної мови. Точність мови пов'язана з точністю слововживання, правильним використанням багатозначних слів, синонімів, антонімів, амонімів. Запам'ятавши не ясний до кінця термін, екскурсовод ризикує втратити авторитет в очах екскурсанта, вживши його в невірному контексті або даючи невірну відповідь на питання екскурсанта.

**5. Правильною.** Правильність мови екскурсовода передбачає дотримання діючих норм літературної мови. Для того, щоб говорити правильно, необхідно знати і дотримувати граматичні норми, а також норми вимови і наголосу.

**6. Виразною, яскравою, образною.** Екскурсовод повинен впливати не тільки на відчуття, але і на уяву екскурсантів. Для цього у нього є цілий арсенал виразних засобів, які підрозділяються на лексичні засоби і фігури мови. Епітети, порівняння, метонімії, синекдохи, метафори, гіперболи, літоти, перифрази і інші. Образність і емоційність мови усилують її ефективність, сприяють кращому розумінню, сприйняттю і запам'ятовуванню, приносять естетичне задоволення.

**До числа особливих методичних прийомів ведення екскурсії відносяться наступні:**

- ! залучення в екскурсію учасників історичних подій;
- ! використання ритуалу, народної творчості;
- ! прийоми дослідження, завдання, співучасті, реконструкції історичних подій з погляду учасників екскурсії, новизни, відступу (ігровий момент), літературного монтажу, дискусійної ситуації, контрасту;
- ! використання технічних засобів пропаганди.

Використання особливих методичних прийомів сприятиме підтримці інтересу групи протягом всієї екскурсії і кращому засвоєнню інформації.

Особливі *методичні прийоми використовуються в екскурсії, для того, щоб:*

- допомогти екскурсантам краще освоїти зміст матеріалу;
- активізувати сприйняття змісту для неоднорідних груп екскурсантів, в яких, наприклад, є і дорослі і діти;
- підвищити увагу і інтерес до проблеми, що торкнулася в екскурсії;
- зробити екскурсію більш документальною, переконливою і доказовою;
- зробити більший акцент на емоції відвідувачів, укріпити зв'язок між знанням і відчуттям;
- додати до виховної і освітньої розважальну функцію екскурсії, що досягається за рахунок подання інформації про подію, епоху або людину у формі спектаклю, гри, концерту;
- розвивати нові етичні орієнтири шляхом «програвання» екскурсантом соціальних ролей, оскільки моральність є перш за все уміння співпереживати;
- швидше і краще залучити екскурсантів до духовних цінностей і етично-естетичного ставлення до світу;
- сформувати новий рівень естетичних потреб;
- розвивати нові смаки, ідеали, уяву, фантазію і творчу активність екскурсантів;
- зробити екскурсію нестандартною і такою, що запам'ятовується;
- сприяти, врешті-решт, процесам відродження культури.

Для того, щоб зробити свою мову більш виразною і переконливою, екскурсивод повинен уміти використовувати різні прийоми поживлення мови і ефективні **форми подання матеріалу** по темі.

В мові екскурсивода недопустимий повчальний тон.

1. Пряма мова, яка дає відчуття атмосфери іншої епохи або ефект присутності під час вирішальної події.

2. Пожвавлнює мову і вживання інверсії – зворотного порядку слів, за допомогою якого підкреслюється значення якогось одного слова.

3. Несподівані висновки, прийоми стилізації (нарочита імітація особливостей стилю мови іншої епохи), іронія, літературні вислови, крилаті фрази, прислів'я і приказки.

4. Екскурсовод, розказуючи про що-небудь повинен відчувати аудиторію, а деякі ігнорують своїх екскурсантів.

5. При підготовці до проведення екскурсії слід подумати про зміну тону розповіді залежно від змісту фактичного матеріалу, який подає екскурсовод. Екскурсоводу необхідно уникати як монотонності, млявості, так і зайвої піднесеності, не виправданих емоцій, помилкового пафосу, крикливості.

6. Темп і ритм мови екскурсовода диктується змістом розповіді. Швидкий темп мови – 75 слів в хвилину, середній – 60 слів, сповільнений – 45 слів. Скоромовка (80 і більш слів в хвилину) недопустима в будь-якій аудиторії, вона заважає засвоєнню екскурсійного матеріалу, швидко стомлює слухачів.

Найголовніше – вкладати душу у виступ перед екскурсантами. Справжня емоційна щирість допоможе більше, ніж будь-які правила.

### **Головні передумови успіху.**

Щоб мати успіх у екскурсантів, екскурсоводу слід враховувати декілька простих, але в той же час дієвих рекомендацій досвідчених ораторів.

*По-перше*, виступаючи перед екскурсантами екскурсоводу необхідно подбати, щоб бути в хорошій формі (відпочити перед роботою, їсти в помірних кількостях, поклопотатися про зовнішній вигляд: бути охайним, акуратним).

*По-друге*, успіх екскурсії залежить від доброзичливості екскурсовода (усмішка, всім своїм зовнішнім виглядом показувати, що він радий знаходитися перед екскурсантами).

*По-третє*, екскурсовод повинен враховувати особливості місця, в якому проходить екскурсія, вибираючи такий варіант розташування групи, який дозволяє найбільш ефективно впливати на екскурсантів. Стежити, щоб екскурсійна група не була розтягнутою і розрізною. Бажано зібрати екскурсантів разом. Екскурсоводу не слід стояти на піднесенні, краще спуститися на

один рівень з екскурсантами, позбавивши екскурсію від зайвої формальності і перетворивши її на бесіду.

І, нарешті, екскурсовод повинен захистити свою розповідь і показ від сторонніх дій. Інакше екскурсанти не зможуть чинити опір спокусі поглянути на будь-якій той, що рухається предмет, тварину або людину.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Дати визначення поняття *ораторське мистецтво*.
2. Які вимоги ораторського мистецтва необхідно урахувати екскурсоводу, для майстерного проведення екскурсії?
3. Яких правил повинен дотримуватися екскурсовод при підготовці до виступу?
4. В чому, на ваш погляд, полягає культура мови екскурсовода? Рекомендації великих вчених для поліпшення пам'яті.
5. З якою метою використовуються методичні прийоми при проведенні екскурсії?
6. Які методичні прийоми ви знаєте? Розкрийте сутність кожного з них.
7. Від яких складових залежить успішний виступ екскурсовода?

### **Рекомендована література:**

1. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов н/Д., 1999.
2. Емельянов Б.В. Профессиональное мастерство экскурсовода: Учебное пособие. – М., 1986.
3. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: Учебник. – М., 2002.
4. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. – М., 2001
5. Зорин Г.И., Ильин И.Н. Основы туристской деятельности. – М., 2000.
6. Львов М.Р. Риторика. – М., 1995.
7. Обозов Н.Н., Щекин Г.В. Психология работы с людьми. – К., 1999.

8. Попова Т.С., Гинетова А.В. Нетрадиционные методы ведения экскурсии // Проблемы и перспективы туризма в Северокавказском регионе: Сборник материалов I региональной научно-практической конференции г.Пятигорск, 23-25 апреля 2003 г.

9. Савина Н.В. Экскурсоведение. – Минск, 2001.

10. Сопер Поль Л. Основы искусства речи. – М., 1995.

## Тема 2.5 Стилі керівництва туристичною фірмою.

### План:

1. Поняття про стилі керівництва.
2. Характеристика стилів управління.
3. Елементи управління (поведінкові чинники).

Робота менеджера в туристській індустрії представляється як виконання управлінських функцій в системі «людина-людина». Це накладає свій відбиток на вибір стилю керівництва туристською фірмою, оскільки туризм від інших систем управління відрізняється характером вірогідності туристських явищ і процесів. Неможливо з високим ступенем вірогідності прогнозувати «туристське майбуття», оскільки кожна особистість, на яку направлена управляюча дія, по своєму унікальна, а її поведінка у просторі та часі залежить як від суб'єктивних так і від об'єктивних чинників. Тому використовувати в туризмі такий тонкий інструмент менеджменту, як стиль управління, слід з великою обережністю і на високому професійному рівні.

Слово «*стиль*» – грецького походження. Первинне його значення – «*стрижень для писання на восковій дощці*», а пізніше вживалося в значенні «*почерк*». Звідси можна вважати, що стиль керівництва – це свого роду «почерк» в діях менеджера.

**Стиль керівництва** – відносно стійка система способів, методів і форм практичної діяльності менеджера туристської фірми.

Під **стилем керівництва** розуміється манера і спосіб поведінки менеджера в процесі підготовки і реалізації управлінських рішень.

Всі визначення зводяться до сукупності характерних для менеджера прийомів і способів рішення задач управління, тобто стиль – це система постійно вживаних методів керівництва.

Як бачимо, стиль і метод керівництва існують в певній єдності. Стиль є формою реалізації методів керівництва, прийнятою даним менеджером відповідно до його особистих суб'єктивно-психологічних характеристик.

Кожному з методів керівництва, що склалися, адекватний цілком певний стиль управління. Це означає, що кожний метод для своєї реалізації потребує осіб, що володіють конкрет-

ними якостями. Крім того, метод управління більш рухомий і чутливий до нових потреб у сфері управлінських відносин, ніж стиль керівництва. Стиль, як явище виробничого порядку до певної міри відстає від розвитку і вдосконалення методів управління і у зв'язку з цим може вступати з ними в суперечність, тобто унаслідок певної автономізації стиль керівництва як віддзеркалення застарілих методів управління може привносити в них нові, більш прогресивні елементи.

Єдність методів і стилів керівництва полягає в тому, що стиль служить формою реалізації методу. Менеджер з властивим тільки йому стилем керівництва в своїй діяльності може використовувати різні методи управління (економічний, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні).

Стиль керівництва – явище строго індивідуальне, оскільки він визначається специфічними характеристиками конкретної особистості і відображає особливості роботи з людьми і технологію ухвалення рішення саме даною особою.

В процесі трудової діяльності формується деякий строго індивідуальний «почерк» керівника, дії якого повторити в деталях практично неможливо.

Тому немає двох менеджерів з однаковими стилями керівництва, не існує якогось «ідеального» стилю керівництва, придатного для всіх випадків життя. «Правильний» стиль керівництва не може бути визначений наперед, оскільки життєві управлінські ситуації не стандартні, а якості особистості менеджера і підлеглих мають властивість змінюватися адекватно змінам керованого середовища.

Вибір стилю керівництва багато в чому залежить від того, яку задачу ставить перед собою менеджер туристської фірми:

- **управляти** – керівник дає точні вказівки підлеглим і ретельно стежить за їх виконанням;
- **направляти** – менеджер управляє і спостерігає за виконанням завдань, але обговорює рішення із співробітниками, просить їх вносити пропозиції і підтримує їх ініціативу;
- **делегувати повноваження** – менеджер передає частину своїх повноважень виконавцям, покладає на них відповіда-



льність за ухвалення окремих рішень і досягнення мети підприємства.

Вперше питання про стилі управління було розглянуто К.Левінім, який виділяв авторитарний, демократичний і ліберальний стилі.

**Авторитарний стиль** – стиль диктату, коли підлеглий розглядається тільки як пасивний виконавець і йому фактично відмовлено в праві на самостійність і ініціативу.

Для авторитарного стилю *характерні наступні риси:*

- централізація влади в руках одного керівника, що вимагає, щоб про всі справи докладали тільки йому;

- ставка на адміністрування і обмежені контакти з підлеглими (менеджер одноосібно приймає або відміняє рішення, не даючи можливості проявити ініціативу підлеглим);

- він категоричний, часто різкий з людьми, завжди щонебудь наказує, розпоряджається, наставляє, але ніколи не просить;

- накази і команди – основний зміст його управлінської діяльності;

- догматизм і стереотипність мислення, все нове сприймається їм з обережністю або відкидається;

- розміщення людей в процесі проведення нарад підкорене його ідеології – всі постійно повинні бути на виду (керівник-автократ);

**Недоліки** авторитарного стилю управління:

- стиль не стимулює прояв ініціативи у підлеглих: вона, навпаки часто карається автократом, що робить неможливим підвищення ефективності роботи організації;

- звільнення «неугодних» є метою його управлінської діяльності;

- відсутня задоволеність працею, оскільки підлегли співробітники вважають, що їх творчі сили не знаходять належного використання.

**Демократичний стиль** – стиль, який заснований на глибокій повазі до особистості кожного співробітника; підставою для нього є довір'я і орієнтація на самоорганізацію, самоврядування особистості і колективу.

Для демократичного стилю *характерні наступні риси:*

- менеджер прагне, якомога більше питань вирішувати колегіально, систематично інформувати підлеглих про стан справ в колективі, правильно реагує на критику;
- в спілкуванні з підлеглими він гранично ввічливий і доброзичливий, знаходиться з ними в постійному контакті;
- частина управлінських функцій делегує іншим фахівцям, довіряє людям;
- він вимогливий, але справедливий;
- в підготовці до реалізації управлінських рішень беруть участь всі члени колективу.

*Демократичний менеджер туристської фірми:*

- керівник-демократ уникає нав'язування своєї волі підлеглим;
- публічно не демонструє своєї переваги над членами керованого ним колективу;
- прагне повернути своїх підлеглих до вироблення і ухвалення рішень, підтримує ініціативу і самостійність;
- при проведенні ділових нарад, як правило, розміщується в середині групи, що створює невимушену обстановку при обговоренні проблем розвитку організації.

**Ліберальний стиль** – стиль, який характеризується браком стійкої позиції; виявляється в невтручанні, низькому рівні вимог, формальному рішенні проблем.

*Керівник з ліберальним стилем керівництва:*

- практично не втручається в діяльність колективу, а працівникам надана повна самостійність і можливість індивідуальної і колективної творчості;
- такий керівник з підлеглими зазвичай ввічливий, готовий відмінити раніше ухвалене їм рішення, особливо якщо це загрожує його популярності;
- відрізняє безініціативність, неосмілене виконання вказівок вищестоящих органів управління;
- домовленості і прохання – основні засоби дії на колектив;
- при виконанні управлінських функцій він пасивний: «пливе за течією»;

- менеджер-ліберал боїться конфліктів, в основному погоджується з думкою підлеглих (м'якість в стосунках з людьми заважає йому набути реальний авторитет, оскільки окремі співробітники вимагають від нього поблажок, які він і робить, боячись зіпсувати з ними взаємостосунки), панібратство;

- дистанція керівника зі своїми підлеглими у край незначна;

- не проявляє виражених організаторських здібностей, слабо контролює і регулює дії підлеглих. Його управлінська діяльність не результативна.

***Порівняльна характеристика авторитарного та демократичного стилів керівництва***

<b>Характеристика</b>	<b>авторитарний</b>	<b>демократичний</b>
<b>Кредо, принцип</b>	Керівник - повелитель, керований - підлеглий	Керівник-координатор, керований - партнер
<b>Авторитет</b>	За посадою (формальний)	По роботі (реальний)
<b>Ступінь організованості</b>	Детальна організація виконання робіт	Гнучкі організаційні рамки виконання робіт
<b>Вид рішення</b>	Одноосібні рішення	Колегіальні рішення
<b>Вид розпоряджень</b>	Наказ	Прохання
<b>Делегування повноважень</b>	Делегуються тільки виконавські задачі і відповідальність за них	Делегуються загальна задача і загальна відповідальність
<b>Вид контролю</b>	Контроль виконання	Контроль результату

Таким чином, **стиль управління зводиться до технології ухвалення рішень**. Зокрема, менеджер:

- одноосібно ухвалює рішення і сповіщає про нього («чистий автократ»);
- «вселяє» рішення;

- виказує свої думки, ідеї і пропонує задавати питання;
- пропонує пробне рішення як дослідний зразок (моделі) для вирішення;
- розкриває суть проблеми, дає вказівки, оцінює пропозиції, ухвалює рішення («чистий» демократ);
- встановлює обмеження і просить співробітників ухвалити рішення;
- дозволяє підлеглим діяти без обмежень, встановлених керівництвом «зверху» («чисте невтручання»)

Кожний з вказаних стилів в «чистому вигляді» зустрічається дуже рідко. Гнучкість керівника і полягає в тому, щоб використовувати переваги кожного стилю і застосовувати його залежно від особливостей ситуації.

Характер управління багато в чому визначає успіх або невдачу в діяльності організації. Хоча управління є складним процесом, його можна описати, виділивши основні *елементи*.

До їх числа відносяться ініціативність, інформованість, захист своєї думки, ухвалення рішень, розв'язання конфліктних ситуацій і критичний аналіз. Всі шість елементів мають важливе значення з погляду забезпечення ефективного управління, оскільки жоден з них не може компенсувати відсутність або надлишок будь-кого іншого.

Кожний елемент (поведінкова дія керівника) характеризує (атестує) шість висловів типу А, В, С, D, Е, F. Ці вислови грають певну роль при описі управління як процесу взаємодії людей при рішенні різних питань діяльності організації. Розглянемо на конкретних прикладах.

### **Поведінкові (біхевіористські) елементи**

**Ініціативність** виявляється у всіх випадках, коли зусилля керівника направлені на конкретну діяльність або на те, щоб почати роботу, якою дотепер не займалися, змінити напрям і характер зусиль підлеглих. Отже, керівник може проявляти ініціативу або уникати її прояву в умовах, коли інші чекають від нього конкретних дій.

**Інформованість** дозволяє керівнику діставати доступ до фактів, даних або інших джерел інформації. Одні керівники

чиннику інформованості надають основне значення, а інші – другорядне.

**Захист своєї думки** передбачає заняття певної позиції. Один керівник може мати сильне переконання, але побоюється відстоювати ту чи іншу точку зору; інший уникає відстоювати свої погляди через відсутність переконань чи їх слабкості; третій може сміливо прийняти ту або іншу точку зору, щоб встати в опозицію або дістати яку-небудь перевагу.

**Розв'язання конфліктних ситуацій** – залежно від способу їх розв'язання конфлікти можуть грати роль чинників, що породжують «руйнування» або сприяючих розвитку творчих або консервативних начал. Керівник, здатний вирішити конфліктну ситуацію, викликає пошану до себе; в осоружному ж випадку авторитет його у підлеглих падає.

**Ухвалення рішень** – ефективність управлінської праці залежить від типу управління через процеси ухвалення рішень. Рішення може ухвалюватися керівником одноосібно або таке право надається іншим членам колективу, тобто здійснюється колективна робота в процесі підготовки, ухвалення і реалізації управлінських рішень.

**Критичний аналіз** – це сукупність методів, прийомів вивчення (дослідження) і рішення проблем. Йдеться, перш за все, про виявлення альтернативних можливостей підвищення ефективності управлінської праці. Це вивчення попереднього досвіду, критичного аналізу явищ і процесів. На основі аналізу будується зворотний зв'язок в системі «керівник – підлеглий».

Всі поведінкові дії керівника укладаються в якусь систему допущень. Проте якими б не були ці допущення, вони стають частиною світогляду керівника і управляють його поведінкою. Ці допущення – предмет теорії особистого управління. Без допущень і уявлень поведінка керівника стає довільною, позбавленою мети: в ньому важко знайти раціональне значення, його важко прогнозувати.

Слід мати на увазі, що для ефективного управління необхідний вельми обмежене коло допущень. Для керівника важливо прийняти систему власних допущень. Розуміючи свої уявлення і допущення про зміст управління, ми можемо з'ясувати собі характер впливу нашої поведінки на зусилля підлеглих і

колег по роботі. Усвідомивши глибину і характер власних допущень, ми можемо піддати їх аналізу і виділити позитивні і негативні наслідки наших вчинків.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Дати визначення поняття *структура управління туризмом*. Що на ваш погляд означає управляти туристською структурою?

2. Які рівні управління керівників організацій вам знайомі?

3. Що таке стиль керівництва? Існує певний взаємозв'язок між стилем і методом керівництва?

4. Від чого залежить вибір стилю керівництва в туристській фірмі?

5. Познайомити з існуючими стилями керівництва (класифікація стилів керівництва).

6. Дати характеристику принципам раціональної організації труда в туризмі.

### **Рекомендована література:**

1. Амонашвили Ш.А. Психологические основы педагогики сотрудничества. – К.: Освіта, 1991. – № 3. – С.90-98.

2. Базаров Т.Ю. Особенности межличностного восприятия в системе „руководство – подчинение” в условиях производственного коллектива // Межличностное восприятие в группе / под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – С. 191-210.

3. Васина Н., Вегерчук И., Лаптев Л. Творческий потенциал руководителей системы образования // Приклад, психология и психоанализ. – 1997. – № 2. – С. 11-18.

4. Вудкок М., Фрэнсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя – практика: Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1991. – 319 с.

5. Гаєвський Б.А. Основи науки управління: Навч. посібник. – К.: МАУП, 1007. – 110 с.

6. Жариков Е.С. Психологические проблемы организации труда руководителей. – М., 1983.

7. Журавлев А.Л. Стиль руководства для управления социально-психологическим климатом коллектива // Социально-психологический климат коллектива: теория и методы изучения. – М.: Наука, 1979. – С.134-145.
8. Зиновьев Ф.В., Гаврилов А.Г., Зиновьев И.Ф. Искусство управлять. – Симферополь: Таврида, 1992. – 108 с.
9. Китов А.И. Психология хозяйственного управления. – М.: Профиздат, 1984. – 248 с.
10. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебное пособие. Практикум. – М., 2001.
11. Климов Е.А. Индивидуальный стиль деятельности. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1969. – 278 с.
12. Коломинський Н.Л. Психологія менеджменту в освіті. – К.: МАУП, 2000. – 286 с.
13. Лозанов И.Д. Руководитель в трудовом коллективе. – М., 1989. – 75 с.
14. Паркинсон С.М., Рустамджи М.К. Искусство управления. – М.: Мысль, 1971. – 352 с.
15. Платонов К.К. Структура и развитие личности. – М.: Наука, 19865. – 256 с.
16. Платонов К.К. Искусство управленческой деятельности. – К.: ООО Изд-во Либра, 1996. – 413 с.

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Контрольні тести «Перевірте свої знання»

#### *Тест № 1. Прийом і виявлення потреб туристів*

- 1. В даний час у вітчизняному турбізнесі головним чинником конкуренції фірм є:**
  - а) якість продукції;
  - б) кількість продукції;
  - в) асортимент продукції;
  - г) вартість продукції.
- 2. Який з перерахованих чинників менш всього впливає на рівень обслуговування клієнтів при покупці туру?**
  - а) кваліфікація персоналу;
  - б) метод продажу;
  - в) доброзичливість;
  - г) зовнішній вигляд клієнта.
- 3. Виберіть головний чинник, що впливає на спосіб встановлення психологічного контакту з клієнтом:**
  - а) наявність комфортабельного офісу;
  - б) психологічний тип клієнта, а також мета його візиту;
  - в) мета візиту клієнта;
  - г) метод продажу.
- 4. Що розуміється під упередженим слуханням?**
  - а) заздалегідь знати, що може сказати особистість;
  - б) чути тільки те, що хочемо чути;
  - в) думати про щось інше;
  - г) всі відповіді вірні.
- 5. Простий прийом, що полягає в умінні мовчати, не втручаючись в мову співбесідника своїми зауваженнями, називається:**



- а) емпатичне слухання;
- б) рефлексивне слухання ;
- в) нерефлексивне слухання;
- г) виборче слухання.

**6. На чому ґрунтується представлення турпродукта?**

- а) на аналізі потреб клієнта;
- б) на особистій вигоді клієнта;
- в) на аргументації;
- г) на особистій вигоді менеджера.

**7. Яким аргументом керується менеджер турфірми при презентації турпродукта, роблячи акцент на вартість туру?**

- а) комфортність;
- б) економія засобів;
- в) популярність туру;
- г) престижність туру.

**8. До якого методу презентації турпродукта відноситься наступний вислів: «Я не почну вас переконувати, я тільки приведу вам один факт?»**

- а) використання цифр і фактів;
- б) використання спеціальних термінів;
- в) використання метафор і епітетів;
- г) використання порівнянь.

**9. Назвіть техніку, часто використовувану для усунення заперечень?**

- а) «якщо., то.»;
- б) «бумеранг»;
- в) «посилання на авторитетних людей»;
- г) «особливості клієнта».

**10. Турфірма зацікавлена в тому, щоб клієнт був задоволений послугами, що надавалися, тому що це:**

- а) забезпечує можливість подальшої взаємодії;

- б) сприяє встановленню позитивного психологічного контакту;
- в) створює позитивний психологічний клімат у фірмі;
- г) вселяє клієнтові усвідомлення його власної значущості.

**11. Бар'єрами до подорожі є:**

- а) вартість туру;
- б) дефіцит часу;
- в) страх і безпека;
- г) всі варіанти вірні.

**12. Який чинник є зайвим в класифікації туристської мотивації В.А.Квартального?**

- а) вік;
- б) безпека;
- в) освіта;
- г) активність.

**13. Вкажіть мотив, який не впливає на вибір клієнта при покупці турпродукта:**

- а) заняття спортом;
- б) навчання;
- в) турбота про здоров'я;
- г) танці.

*Тест № 2. Туризм і розвиток особистості*

**1. Особистість – це:**

- 1) соціальна характеристика людини;
- 2) людина як носій свідомості;
- 3) розумна, відповідальна і вільна людина;
- 4) індивід, який свідомо управляє власною поведінкою і діяльністю.

**2. Розвиток особистості – це:**

- 1) становлення людини як соціальної істоти, яка здійснюється в процесі життєдіяльності;
- 2) цілеспрямований процес формування у індивіда якостей особистості;
- 3) кількісні і якісні зміни в організмі, психіці, інтелектуальній і духовній сфері людини, які відбуваються в часі під впливом зовнішніх і внутрішніх, керованих і некерованих чинників;
- 4) процес цілеспрямованого формування людської особистості в умовах навчання, виховання і освіти.

**3. Формування особистості – це:**

- 1) цілеспрямований процес формування у вихованців необхідних якостей і переконань;
- 2) становлення людини як соціальної істоти, яка відбувається в процесі розвитку, виховання і навчання;
- 3) кількісні зміни в організмі;
- 4) кількісні і якісні зміни в організмі які відбуваються в процесі всього життя людини як соціальної істоти.

**4. Засвоєння людиною цінностей, норм, установок, зразків поведінки, властивих зараз даному суспільству, і відтворення ним соціальних зв'язків і соціального досвіду – це:**

- 1) виховання особистості;
- 2) соціалізація особистості;
- 3) соціологія туризму;
- 4) самовиховання особистості.

**5. Що є державним механізмом соціалізації особистості?**

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1) культура;  | 4) сім'я;      |
| 2) виховання; | 5) середовище; |

- 3) спадковість;                      б) освіта.

**6. Дайте назву наступним поняттям:**

- 1) загальна теорія туризму, галузь соціокультурного знання, яка характеризується розробкою теорії сучасного туризму як особливої науки і освітньої дисципліни;
- 2) багатогранний феномен: могутній чинник економіки, впливовий соціальний інститут, сфера культури, яка сприяє духовному збагаченню людства;
- 3) спостереження, опис і вивчення явищ у сфері туризму і осягнення їх в свідомості суб'єктів туристичної діяльності.

**7. Під професійною діяльністю у сфері туризму, в якій суб'єктом діяльності виступає туристична фірма, туроператор, турагент слід розуміти:**

- 1) методологію туризму;
- 2) туристичну діяльність;
- 3) етику туризму;
- 4) праксеологію туризму.

***Тест № 3. Педагогіка туризму: основні категорії***

- 1. Важливий напрям педагогіки туризму - це:**
- а) пізнання наукоємких компонентів наукового знання;
- б) формування категорійно-понятійного апарату;
- в) розробка змісту туристської освіти;
- г) підготовка і професійне зростання викладачів.
- 2. Комплекс ефективних педагогічних заходів, направлених на розвиток інтересу, ціннісних орієн-**

**такій особистості в педагогіці туризму відображає наступна її функція:**

- а) оздоровча;
- б) виховна;
- в) комунікативна;
- г) аксиологічна.

**3. Що слід розуміти під педагогікою туризму?**

- а) Педагогіка туризму – це наука, яка вивчає закономірності розвитку особистості і визначає шляхи її виховання.
- б) Педагогіка туризму – це наука, яка вивчає процеси виховання, навчання і розвитку особистості в контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.
- в) Педагогіка туризму – це наука, яка вивчає закономірності розвитку особистості в умовах туристсько-педагогічних впливів.
- г) Педагогіка туризму – це наука про виховання людини.

**4 Предметом педагогіки туризму є:**

- а) виховна діяльність, яка здійснюється в учбово-виховних закладах;
- б) розкриття закономірностей і механізмів в оволодінні знаннями, уміннями і навичками; освоєння особистістю соціально-культурного досвіду;
- в) особлива сфера суспільної свідомості у вихованні, освіті і навчанні особистості під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних (професійно-ділових) цілях на іншій території; виховання професіонала для туризму.
- г) процес цілеспрямованого розвитку і формування особистості у сфері туризму в умовах навчання, виховання і освіти.

**5. До способів організації туристичної діяльності можна віднести:**

- а) способи туристичного обслуговування: розміщення, харчування, надання додаткових послуг;
- б) способи пересування або транспортного обслуговування і доставки: обмін, туристична акція, туристичний транспорт;
- в) програма, послуги поїздка, маршрут, похід, подорож, екскурсія;
- г) всі варіанти відповідей вірні.

**6. Які категорії є ключовими для педагогіки туризму?**

- а) виховання, свідомість, буття, діяльність, цінність, мета і результат;
- б) профілактика, формування, освіта, самовиховання;
- в) розвиток, виховання, навчання, самоосвіта, управління;
- г) соціальна адаптація, свідомість, буття, самовиховання, мета і результат.

***Тест № 4. Імідж туристської фірми***

**1. Орієнтація і тренінги співробітників – це інструментарій для створення:**

- а) зовнішнього іміджу;
- б) внутрішнього іміджу;
- в) відчутного іміджу;
- г) невідчутного іміджу.

**2. Під відповідною реакцією клієнта на процес обслуговування і відношення до нього співробітників розуміється:**

- а) зовнішній імідж;
- б) внутрішній імідж;

- в) відчутний імідж;
- г) невідчутний імідж.

**3. Що є сукупністю морально-етичних і ділових норм, принципів, якими керуються співробітники в своїй роботі?**

- а) корпоративна філософія;
- б) внутрішній імідж;
- в) психологія створення іміджу;
- г) етична концепція діяльності фірми.

**4. Під впливом якого чинника формується внутрішній імідж фірми:**

- а) конкуренція;
- б) сегментації ринку;
- в) кадрової політики підприємства;
- г) попиту на турпродукт.

**5. Чітке визначення мети діяльності турфірми допомагає:**

- а) згуртувати колектив;
- б) створити зовнішній імідж;
- в) створити внутрішній імідж;
- г) розробити корпоративну філософію.

**6. Що не сприяє мобілізації ресурсів?**

- а) наявність певної мети;
- б) система заохочення;
- в) конкурентна боротьба між співробітниками;
- г) авторитет керівника фірми.

**7. Чому сприяє створення міфу?**

- а) визначенню мети;
- б) самоідентифікації персоналу;
- в) мобілізації ресурсів;
- г) невідчутному іміджу.

**8. Чим більшою мірою обумовлена система цінностей турпредприємства?**

- а) історією турпредприємства;

- б) створенням міфу;
- в) установлення керівництва;
- г) цінностями і пріоритетами персоналу.

**9. Система цінностей і моделей поведінки персоналу не впливає на:**

- а) якість послуг, що надаються;
- б) внутрішній імідж підприємства;
- в) якість турпродукта;
- г) поглядами клієнтів о турпредприємстві.

**10. Який з нижче представлених елементів не впливає на формування зовнішнього іміджу?**

- а) зовнішній вигляд співробітника;
- б) рекламна компанія;
- в) відчутний імідж;
- г) кадрова політика.

**11. На які зони можна умовно розділити кабінет менеджера?**

- а) робоча зона і зона неформального спілкування;
- б) рекламна зона і робоча зона;
- в) зона технічного обладнання і зона обслуговування;
- г) контактна зона і зона неформального спілкування.

**12. Чому сприяє проведення рекламної компанії?**

- а) підвищенню зарозуміння;
- б) притоці клієнтів;
- в) зростанню цін на турпродукт;
- г) формуванню внутрішнього іміджу.

**13. Які кольори переважно вибирати для оформлення офісу?**

- а) блакитний, синій;
- б) червоний, чорний;
- в) світло-сірий, бежевий;



г) яскраво-жовтий, оранжевий.

**14. Що не рекомендується використовувати при оформленні офісу?**

- а) предмети образотворчого мистецтва;
- б) різні сертифікати відповідності, дипломи;
- в) кімнатні квіти і рослини;
- г) предмети особистого характеру.

**15. Яку зміну форми крісла знижує статус співробітника?**

- а) збільшення його розмірів;
- б) подовження ніжок;
- в) колір крісла;
- г) правильне розташування.

**16. Яка з нижче представлених позицій може викликати довірче відношення до керівника фірми?**

- а) стілець відвідувача стоїть напроти стільця директора;
- б) стіл директора приховує його нижню частину тіла;
- в) відвідувач сидить спиною до дверей;
- г) місце відвідувача знаходиться в кутовій позиції по відношенню до директора.

**17. Якому одягу слід віддати перевагу для роботи в офісі?**

- а) строгому діловому одягу;
- б) нарядному, екстравагантному одягу;
- в) одягу, що підкреслює стиль і індивідуальність співробітника;
- г) вільному і зручному одягу.

**18. Чим не слід керуватися в підборі костюма?**

- а) єдністю стилю;
- б) яскравій колірній гаммі;
- в) сумісністю фактури матеріалу;
- г) зіставністю малюнків в елементах одягу.

**19. У перші хвилини знайомства більшою мірою справить враження на клієнта:**

- а) зміст мови співробітника;
- б) манера спілкування співробітника;
- в) зовнішній вигляд співробітника;
- г) рівень освіченості співробітника.

***Тест № 5. Методи, принципи, закономірності виховання в туризмі***

**1. Вивченням виховання займається ряд наук (етика, соціологія, психологія та ін.). Який варіант відповіді характеризує вивчення виховання в аспекті педагогічної науки?**

- 1) вивчення виховання як чинника суспільного розвитку;
- 2) вивчення виховання як чинника психічного розвитку людини;
- 3) вивчення виховання як процесу розвитку і формування особистості;
- 4) вивчення виховання як чинника етичного прогресу суспільства;
- 5) правильної відповіді немає.

**2. Що слід розуміти під методом виховання в туризмі?**

- 1) м.в. – це шляхи досягнення поставленої мети в туризмі;
- 2) м.в. – це способи і прийоми загальної взаємозв'язаної діяльності між суб'єктами туризму, які направлені на оволодіння культурними нормами і правилами гідної поведінки, на всесторонній розвиток особистості, форму-

- вання загальнолюдських, національних рис, які визначені цілями педагогіки туризму;
- 3) м.в. – це сукупність найбільш загальних способів взаємозв'язаної діяльності вихователів і вихованців, вирішення виховних завдань і здійснення виховних взаємодій, націлених на досягнення цілей виховання;
  - 4) м.в. – це інструмент, за допомогою якого можна «доторкнутися» до особистості в туризмі.
- 3. У яких міжнародно-правових документах позначені цілі туристського виховання?**
- 1) Кодекс туриста, Хартія туризму, Глобальний етичний кодекс.
  - 2) Державні стандарти освіти, Закон України «Про освіту», Конституція України.
  - 3) Глобальний етичний кодекс туриста, Документ Акапулько, матеріали конференцій, Державні стандарти.
  - 4) правильної відповіді немає.
- 4. Дайте назву наступним поняттям:**
- 1) об'єктивні, внутрішні, значущі і відносно стійкі зв'язки, які є в туризмі часом організації і проведення виховного процесу;
  - 2) все, за допомогою чого впливають на учасників туристичної діяльності (конкретні предмети матеріальної і духовної культури, які використовуються в педагогіці туризму);
  - 3) загальні провідні положення, які позначають мету, ідеали, зміст, методику і організацію процесу виховання особистості в туризмі.
- 5. Які методи належать до групи методів формування свідомості особистості?**

- 1) бесіда, приклад, здійснення виховних ситуацій, вправи;
  - 2) змагання, приклад, лекція, диспут, пояснення, розповідь;
  - 3) приклад, бесіда, лекція, диспут, покарання, пояснення, розповідь;
  - 4) розповідь, заохочення, покарання, змагання;
  - 5) правильної відповіді немає.
- 6. До якої групи відносяться методи організації діяльності і суспільної поведінки?**
- 1) приклад, вправа, заохочення, покарання;
  - 2) громадська позиція, створення виховних ситуацій, вимоги, вправи;
  - 3) змагання, бесіда, лекція, диспут, громадська позиція;
  - 4) створення виховних ситуацій, спостереження, вправи, змагання;
  - 5) правильної відповіді немає.
- 7. Формування всебічно і гармонійно розвиненою особистості – громадянина своєї країни з активною життєвою позицією і відчуттям поваги до національної культури, історії кожного народу - це є:**
- 1) закономірність туристського виховання;
  - 2) принцип туристського виховання;
  - 3) завдання туристського виховання;
  - 4) метод туристського виховання;
  - 5) правильної відповіді немає.
- 8. Правильний вибір методів виховання в туризмі залежить - від:**
- 1) обліку цілей, змісту і особливостей виховних впливів на учасника туристичної діяльності;
  - 2) способів виховання (матеріальних, психофізіологічних, санітарно-гігієнічних і т. д.);

- 3) методично оптимальних поєднань конкретних обставин і умов протікання виховного процесу;
- 4) часу, який відводиться на досягнення результатів виховання;
- 5) педагогічної майстерності фахівця у сфері туризму.

### ***Тест № 6. Комунікативна культура спілкування***

#### **1. Основні функції педагогічного спілкування:**

- 1) пізнання особистості, обмін інформацією, організація діяльності, обмін ролями, співчуття, самоствердження;
- 2) повідомлення нових знань, розвиток умінь, організація заходів;
- 3) створення позитивного емоційно-психологічного клімату в колективі, представлення зразка комунікативної поведінки;
- 4) організаційна, інформаційна, попереджувальна.

#### **2. Які сторони виділяють у спілкуванні:**

- 1) комунікативна, негативна і перцептивна;
- 2) позитивна, перцептивна і інтерактивна;
- 3) інтерактивна і комунікативна;
- 4) комунікативна, перцептивна і інтерактивна.

#### **3. Як називається ефект, що дозволяє зняти емоційну напругу:**

- 1) ефект аргументації;
- 2) ефект перших фраз;
- 3) ефект релаксації;
- 4) ефект візуального іміджу.

**4. Які стилі педагогічного спілкування визначаються в науковій психолого-педагогічній літературі?**

- 1) спілкування-гра;
- 2) спілкування-дистанція;
- 3) спілкування-залякування;
- 4) спілкування-відпочинок;
- 5) спілкування-загравання;
- 6) спілкування-повчання;
- 7) спілкування-діалог;
- 8) спілкування на основі дружніх взаємин;
- 9) спілкування на основі захоплення сумісною творчою діяльністю;
- 10) спілкування-байдужість.

**5. Невербальне спілкування включає сукупність таких компонентів:**

- 1) жести, міміка;
- 2) погляд, рухи тіла, сила голосу, усмішка;
- 3) спілкування по телефону і електронній пошті;
- 4) пантоміміка, ритм дихання, жести, вираз обличчя, хода, тембр голосу.

**6. Жести підрозділяються на такі основні за значенням в невербальному спілкуванні групи:**

- 1) емоційні і неемоційні;
- 2) енергійні, стримані;
- 3) природні, штучні;
- 4) описові, психологічні (емоційні).

**7. За рахунок невербальних засобів спілкування здійснюється:**

- 1) 20-30% комунікації;
- 2) 30-40% комунікації;
- 3) 40-50% комунікації;
- 4) 60-80% комунікації;

- 5) 80-90% комунікації.
- 8. Які чинники впливають на невербальні засоби спілкування:**
- 1) вік і професія людини;
  - 2) рівень культури і статус людини;
  - 3) національна приналежність;
  - 4) всі перераховані.
- 9. Які етичні вимоги лежать в основі комунікативної культури:**
- 1) офіційність;
  - 2) фамільярність;
  - 3) недисциплінованість;
  - 4) коректність і стриманість.
- 10. У чому виявляється тактовність як елемент комунікативної культури?**
- 1) у прихильності інших людей;
  - 2) у наданні люб'язності;
  - 3) у відчутті міри;
  - 4) у відсутності пихатості.
- 11. Якими особистісними якостями повинен володіти працівник готелю:**
- 1) мовчазністю;
  - 2) охайністю;
  - 3) догодженням;
  - 4) доброзичливістю.
- 12. При оцінці техніки мови співробітника готелю велике значення має:**
- 1) вік;
  - 2) сила голосу;
  - 3) рівень освіченості;
  - 4) зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу.
- 13. Що допомагає співробітникові готелю виразити відчуття, відповідне змісту його мови?**

- 1) ввічливість до гостя;
- 2) добродушність до клієнтів;
- 3) інтонація звернення до гостя;
- 4) тактовність по відношенню до клієнта.

**14. Чим характеризується темп мови у працівника контактної зони готелю:**

- 1) поспішливістю і тривалістю пауз;
- 2) письменністю і яскравістю мови, відсутністю в ній пауз;
- 3) виразністю і впевненістю в собі;
- 4) швидкістю мови, тривалістю звучання слів і тривалістю пауз.

**15. Що означає емпатія::**

- 1) уміння бачити мир очима інших, розуміти його так само, як вони;
- 2) уміння слухати інших людей, погоджуватися з ними;
- 3) здатність бути самим собою в контактах з іншими людьми;
- 4) здатність «йти вперед» і встановлювати контакти.

***Тест № 7. Ораторське мистецтво в екскурсійній діяльності***

1. **Якого походження термін «ораторське мистецтво»?**
  - 1) античного;
  - 2) сучасного;
  - 3) середньовічного;
  - 4) стародавнього.
2. **Назвіть грецький синонім терміну «ораторське мистецтво»:**



- 1) лексика;
  - 2) логістика;
  - 3) риторика;
  - 4) майстерність.
- 3. Які доданки екскурсоводчої майстерності виділяє Б.В.Ємельянов?**
- 1) широкий кругозір, ерудицію, культурний рівень;
  - 2) володіння навиками;
  - 3) інтуїцію екскурсовода;
  - 4) всі відповіді вірні.
- 4. Культура мови – це .**
- 1) мовна нормативність;
  - 2) ступінь впливу мовного вислову суб'єктів;
  - 3) педагогічно доцільна мова в процесі спілкування, що відповідає нормам літературної мови;
  - 4) майстерність усної мови, компонент загальної культури.
- 5. Число основних характеристик правильної мови екскурсовода складає:**
- 1) 8;
  - 2) 10;
  - 3) 6;
  - 4) 5.
- 6. Мова екскурсовода не повинна бути:**
- 1) багатою і різноманітною;
  - 2) чистою;
  - 3) насиченою термінами і визначеннями;
  - 4) точною.
- 7. До якої основної характеристики мови екскурсовода відносять такі складові як епітет, порівняння, синекдоха, метафора і т.д.?**
- 1) виразність, яскравість, образність;
  - 2) точність;
  - 3) ясність і зрозумілість;

4) всі відповіді вірні.

**8. Правильність мови екскурсовода позначається в:**

- 1) дотриманні літературних норм російської мови, що діють;
- 2) доцільності інформації в даній ситуації;
- 3) точності інформації, що надається;
- 4) всі відповіді вірні.

**9. Точність мови екскурсовода полягає в:**

- 1) умінні ясно виражати думки;
- 2) точності слововживанні, правильності і доцільності вживання багатозначних чисел;
- 3) дії на відчуття і уяву екскурсантів;
- 4) всі відповіді вірні.

**10. Який тон неприпустимий в мові екскурсовода?**

- 1) повчальний;
- 2) захоплений;
- 3) природний;
- 4) підведений.

**11. Основні якості професійного голосу екскурсовода:**

- 1) гучний, авторитарний, повчальний, безапеляційний;
- 2) сила, польотність, гнучкість, діапазон, тембр, висота, рухливість, чіткість;
- 3) відповідальність, доступність, усна мова, емоційність;
- 4) щирість, емоційність, чіткість, логічність, діапазон.

**12. Чистота мови – це:**

- 1) точність слововживання;
- 2) вживання слів в переносному значенні;
- 3) відсутність зайвих слів, слів-паразитів;
- 4) активний словарний запас.

**13. Логічний наголос – це .**

- 1) граматичний наголос в мові;
- 2) виділення слова або словосполучення залежно від мети вислову;
- 3) голосовий наголос на тому або іншому слові;
- 4) побудова перспективи мови, послідовність мовних тактів.

**14. Крилаті вирази в мові екскурсовода використовуються з метою.**

- 1) розширити лексичний запас туристів, показати власну ерудицію;
- 2) додати власній мові жвавість, енергійність, яскравість;
- 3) образної характеристики тих або інших явищ;
- 4) посилення комунікативної взаємодії з туристами.

**15. В чому мета застосування прийому народної творчості?**

- 1) сприяє розвитку інтересу екскурсанта до фольклору;
- 2) зняття напруги екскурсанта;
- 3) розвиток нових смаків, ідеалів, і т.д.;
- 4) подолання невпевненості в собі.

**16. Мова екскурсовода виконує наступні функції.**

- 1) інформаційна, організаторська, обмін емоціями, формування переконань;
- 2) спонукальна, розвиваюча, організаторська, прикраса ситуації спілкування;
- 3) забезпечення повноцінної передачі інформації, забезпечення ефективного запам'ятовування матеріалу і продуктивних взаємин між туристами і екскурсоводом;
- 4) виховна, навчальна, розвиваюча.

**17. Основні компоненти культури мови - .**

- 1) нормативність, виразність, доцільність, лексичне багатство, емоційність, логічність;
- 2) діалог, монолог, емоційні зауваження, коментарії, розповідь, лекція;
- 3) інтонаційність, виразність, яка вселяє характер, переконливість;
- 4) відповідність віковим особливостям, облік місцевих діалектів як спосіб зв'язку з жителями, доступність.

**18. Які три закони запам'ятовування радить використувати Д.Карнеги?**

- 1) зосередженість, повторення, асоціації;
- 2) впевненість, враження, уява;
- 3) точність, символізм, послідовність;
- 4) враження, повторення, асоціація.

**19. Головні передумови успіху екскурсовода:**

- 1) охайний зовнішній вигляд, доброзичливість, професіоналізм;
- 2) впевненість, монотонність;
- 3) відчуття гумору, талант, натхнення;
- 4) невпевненість, млявість.

***Тест № 8. Стили керівництва туристичною фірмою***

1. Що ви розумієте під поняттям «стили керівництва»?
2. Від чого залежить вибір стилю керівництва в туристичній фірмі?
3. Які поведінкові елементи забезпечують ефективне управління в діяльності туристичної організації?

4. У західній науковій літературі по основах менеджменту рекомендують оцінювати претендентів на посаду керівника в туристській індустрії за наступними якостями, якими володіє особистість: *креативність (здібність до творчості), рівень інтелекту; рівень агресивності; рівень суб'єктивного контролю; комунікабельність; самооцінка і рівень досягнень; екстравертність – інтровертність; тривозможність і впевненість в собі; психологічний статус; стиль спілкування і управління; організаторські здібності*. Складіть свій перелік особистісних якостей, якими повинен володіти керівник в туризмі. Обґрунтуйте свій вибір.
  
5. Складіть модель стилю діяльності керівника, яка на вашу думку найбільш ефективна для раціональної організації праці в туризмі (*Модель може бути складена за допомогою схеми*).
  
6. Складіть модель колективу з відносинами керівника і підлеглих: а) при авторитарному стилі управління; б) при демократичному стилі управління (*Схема*).
  
7. *Аналіз ситуації (одній по вибору)*.
  - А.** Ваш підлеглий внаслідок недисциплінованості не виконав завдання в строк, хоча дав слово зробити цю важливу роботу до наміченої дати. Ваша реакція.
  
  - Б.** Ваш безпосередній начальник, минувши вас, дає завдання вашому підлеглому, який вже зайнятий виконанням термінової роботи. Ви і ваш начальник вважаєте свої завдання невідкладними. Ваш варіант вирішення даної ситуації.

**В.** Один з членів вашого колективу раптово захворів. Кожен співробітник дуже зайнятий терміновою роботою. Робота відсутнього також повинна бути виконана в строк. Як ви поведетеся в такій ситуації? Запропонуйте свій варіант вирішення проблеми.

*Матеріали до організації самостійної роботи  
магістрантів*

**Теми для самостійного вивчення**

**Тема 1. Туризм як соціально-культурний феномен.**

*Основні поняття:* туризм, туристична діяльність, кроскультурні комунікації, міжетнічні конфлікти, соціальні суб'єкти, соціокультурні комунікації.

**План:**

1. Туризм у контексті міжетнічних та кроскультурних відносин.
2. Місце туристичної діяльності у глобалізаційних процесах сучасності.
3. Соціокультурні комунікації в туризмі.

**Індивідуальні завдання для самостійної роботи:**

1. Розглянути туристичну діяльність у глобалізаційних процесах сучасності.
2. Дати пояснення міжцивілізаційним та етнокультурним конфліктам: «конфлікти стереотипи», «конфлікти ідей», «конфлікти дій».
3. Проаналізувати дві тенденції кроскультурних комунікацій. Чи маємо ми максимально сприяти рухові до культурної одноманітності (універсалізму), або ж слід орієнтуватися на культурну самобутність і унікальність?

### Питання для самоперевірки:

1. З чим пов'язують туристичну діяльність? Місце туристичної діяльності у глобалізаційних процесах сучасності.
2. На яких засадах має відбуватися зближення культур, на базі домінуючої (більш «розвинутої» - західної) чи шляхом зміни деяких несумісних культуро-гем?
3. Які три аспекти міжетнічних конфліктів впливають на туристську діяльність?
4. Туризм як вид рекреаційної діяльності, який розширює канали комунікації між різними соціумами в умовах сучасних глобалізаційних процесів. Які види комунікації у туризмі вам відомі?
5. Наведіть необхідні умови і структурні компоненти соціокультурної комунікації.
6. Перерахуйте форми культурних туристичних комунікацій.

### **Література:**

1. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Сусоколов А.А. Етносоціологія. – М., 1998.
2. Зязюн І.А. Філософія туризмології // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. – К., 1999. – С. 19-21
3. Мерло-Понті М. Феноменологія сприйняття. – К., 2001.
4. Пазенок В.С. «Туризмологія»: методологія формування теоретичних засад // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. – К., 1999. – С. 9-11.
5. Павленко В.М., Таглін С.О. Етнопсихологія. – К., 1999.



6. Почепцов Г. Теория коммуникаций. – К., 2001.
7. Слободенюк Е.В. Гуманізація: філософські засади розвитку міжнародного туристичного співробітництва в умовах глобалізації // Наукові записки КІТЕП, Випуск 2. – К., 2002. – С.41-57.
8. Соціологія. Підручник. За ред. проф. В. Г. Городяненка. – 2-ге вид. – Київ, 2002.
9. Федорченко В.К. Гуманізація вищої освіти у ХХІ ст. // Гуманізм: сучасні інтерпретації та перспективи. – К., 2001. – С. 250-287.
10. Франческо Франжіаллі. Тенденції розвитку міжнародного туризму. – К., 2002.

## **Тема 2. Теоретико-методологічні проблеми розвитку туризму і туристської освіти.**

*Основні поняття:* туризм, туристська освіта, теоретико-методологічні засади, екскурсія, краєзнавство, професійні організації туристських закладів, Державна програма розвитку туризму.

### **Індивідуальні завдання для самостійної роботи:**

1. Розглянути туризм як соціально-педагогічну систему.
2. Проаналізувати стан дослідженості проблеми розвитку туризму і туристської освіти в педагогічній теорії.
3. Здійснити історико-педагогічний аналіз, познайомитися з особливостями підготовки фахівців для сфери туризму.
4. На основі дослідження архівних, літературних та інших джерел визначити основні етапи вивчення проблем туризму в ХХ ст. Скласти таблицю.

Питання для самоперевірки:

1. Якими чинниками зумовлена розробка теоретико-методологічних засад неперервної туристської освіти?
2. Що ви розумієте під методологічним аналізом дослідження проблем педагогіки туризму?
3. Які методологічні аспекти існують в туристській освіті?
4. Умовно можна вирізнити кілька періодів критичного осмислення історико-педагогічного досвіду підготовки фахівців для сфери туризму. Визначте періоди, дайте коментарій кожному з них.

(Пр.: **Першим** можна вважати *кінець XVII - початок XVIII ст.*, коли зароджується туристська галузь, а в педагогічній літературі вперше вводиться в обіг поняття навчальні екскурсії (Я.А.Коменський).

**Другий** період (*друга половина XVIII - початок XIX ст.*) характеризується.....

.....  
Наступний період розвитку туризму та підготовки фахівців для галузі – *друга половина XIX – 20-30 pp. XXст.* .....

.....  
**Четвертим** періодом досліджуваного явища є *40-50 pp. XX ст.*, коли пріоритети.....

.....  
Наступному періоду, що охоплює *другу половину XX ст.*, властиве .....

Новим етапом розвитку туризму в Україні та підготовки фахівців для галузі (початок ХХІ століття) стало прийняття Державної програми розвитку туризму на **2002-2010 рр.** )

#### Література:

1. Аносов І. Сущность и природа человека как детерминанта научно-педагогического анализа // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика: Научно-методический журнал. – К.: МДГУ, 2002. – Вып. 1. – С. 17-28.

2. Асмолов А. Образование в России: вот культуры полезности – к культуре достоинства // Воспитание школьников. – 2000. – №5. – С. 5-12.

3. Гончаренко С., Мальований Ю. Гуманізація і гуманітаризація образования // Путь образования. – 2000. – № 2, 3.

4. Кремень Василий. Образование и наука Украины: пути модернизации (факты, размышления, перспективы). – К.: Грамота, 2003.

5. Матцура К. Действовать! ЕНЕСКО. – 2000. – №1. – С. 9.

6. Мингазутдинов І. Фандрайзинг как важное направление международного сотрудничества высших учебных заведений Украины. // Социокультурные факторы развития интеллектуального потенциала украинского общества и молодежь: Наук.праці и материалы конференции. – Вип. 1. / Редкол.: В.Андрущенко (гол.ред.) и др. – К.: Общво „Знання” Украины, 2001. – С. 637-641.

7. Оконь В. Введение в общую дидактику. – М.: Высшая шк., 1990.

8. Никало Нелля. Стандарти професійної освіти: проблеми методології і творчих пошуків // Професійна освіта: педагогіка і психологія. – Київ, 2000. – Ч. 11. С. 470.

9. Державний стандарт України ДСТУ 1.5-93: Державна система стандартів України. Загальні вимоги до побудови, викладу і оформлення та змісту стандартів. – К.: Держстандарт України, 1993.

**Тема 3. Зарубіжний досвід туристської освіти.  
Практика підготовки працівників туризму  
в західноєвропейських країнах.**

*Основні поняття:* навчальний заклад, професійна кваліфікація, програма, сертифікат, короткочасні курси, інтенсивний курс, основний курс, літній курс, магістр, елементи комунікаційного процесу, пропозиція.

**План:**

1. Англійська школа туризму і менеджменту.
2. Французька методика підготовки фахівців туризму і гостинності.
3. Досвід навчання професіоналів туризму в США.
4. Підготовка фахівців у галузі туризму в Австралії.
5. Російська система освіти фахівців туристської справи.

**Індивідуальні завдання для самостійної роботи:**

1. Проаналізувати світові тенденції розвитку туризму та особливості підготовки фахівців для туристської галузі у Великій Британії, Швейцарії, Франції, США, Австралії та Російській Федерації.
2. На основі аналізу міжнародних документів та матеріалів міжнародних організацій визначити довготривалі чинники, що об'єктивно сприяють поступовому розвитку туризму.

### Питання для самоперевірки:

1. Назвіть європейські країни, які мають «бінарну» систему вищої освіти?
2. В яких країнах перебуває так звана «унітарна» система вищої освіти?
3. До якої окремої групи входять спеціалізовані середні й вищі навчальні заклади та країни колишнього соціалістичного табору?
4. Проаналізувати навчальну діяльність Корнуолл коледжу. Яку систему вищої освіти пропонує коледж? Які шість програм існує в учбовому закладі?
5. Які умови навчання пропонує Борнмутський університет?
6. Назвіть школи Швейцарії, в яких здійснюється підготовка фахівців туризму і менеджменту?
7. До якої країни належить Транснаціональна туристсько-готельна корпорація ACCOR? В чому полягає провідна концепція Групи ACCOR?
8. Назвіть школи Франції, які ведуть підготовку фахівців туризму і готельного господарства.
9. Які традиції ввібрала Російська система освіти фахівців туристської справи?
10. Перерахуйте особливості діяльності навчальних закладів, що готують фахівців для сфери туризму у зарубіжних країнах.

### Література:

1. Акселерод В. 25 – возраст молодости // Вестник детско-юношеского туризма в России. – 1999. -№ 2-3 (30-31). – С.32-37.
2. Высшее образование в XXI в.: Подходы и практические меры. Заключительный прикладывание Всемирной

конференції по вищому образованию. Париж, 4-9 октября 1999. – Париж, 1999. – С.25.

3. Корсак К.В. Мировое высшее образование. Сравнение и определение заграничных квалификаций и дипломов / За заг. ред. проф. Фокина Г.В. Монография. – К.: МАУП–МКА, 1997. – 208 с.

4. Кюнцли Андреас. Гостиничный бизнес // Обучение за рубежом. – 2002. – №2. – С. 7-9.

5. Непрерывное профессиональное образование: проблемы, поиски, перспективы: Монография / За ред. І.А.Зязюна. – К., 2000. – С. 29-31.

6. Шлевков Андрей. Тенденции развития мирового туризма в свете кризиса 11 сентября // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2001. – №4. – С. 5-8.

7. <http://www.osvita.com.ua>

#### **Тема № 4. Психолого-педагогічні аспекти розробки екскурсійних програм.**

**Мета:** формувати уміння та навички в розробці екскурсійних програм, дати алгоритм розробки проведення екскурсії, підготувати свій варіант проведення екскурсії на вибрану тему з дотриманням технології підготовки і проведення екскурсій.

**Основні поняття:** екскурсія, екскурсант, екскурсійна діяльність, види екскурсій, план екскурсії, підготовка екскурсії.

До складу туристичних послуг, згідно з Міждержавними стандартами (ГОСТ 28681.1-95; ГОСТ 28682.2-95), зараховуються екскурсії, походи і подорожі. Екскурсія може бути надана як екскурсанту, так і туристу.

Під час екскурсії учасники мають можливість пізнавати навколишній світ, природні явища й утворення, історичні ситуації, побутові елементи, надбання та здобутки місцевості та ін.

Екскурсійна діяльність має свої характерні ознаки: зміст, тематику, склад учасників, місце проведення, впорядкований маршрут, тривалість за часом, форму проведення, спосіб пересування, наявність екскурсовода, тексту екскурсії, об'єктів показу і безпосереднє наявність самих учасників.

### ***Технологія підготовки і проведення екскурсій:***

Підготовка екскурсії проводиться в декілька етапів:

1. Вибір теми екскурсії.
2. Створення екскурсії під вибрану тему.
3. Підготовка екскурсовода для проведення екскурсії.

*Вибір теми екскурсії* залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого створення „банку” екскурсій. Тема екскурсії повинна об'єднувати всі об'єкти відвідування в єдине ціле.

*Підготовка екскурсії* проводиться творчою групою, склад якої залежить від теми екскурсії. Тут можуть бути залучені працівники музеїв, галерей, наукових закладів, спеціальних туристично-екскурсійних організацій та ін.

Робота *розпочинається* з підбору матеріалу по темі і його вивчення, відбору об'єктів показу, а також накопичення знань по всіх розділах теми. При опрацюванні матеріалів по темі доцільно скласти бібліографію літературних та інших джерел, а також використати архітектурні матеріали, розповіді учасників подій та очевидців, кінохроніку та ін.

Важливим етапом створення екскурсії є правильний підбір *об'єктів показу*. В Україні на державному обліку

знаходиться велика кількість пам'ятників архітектури, історії, культури, археології, а в музеях країни зберігаються мільйони експонатів.

*Об'єктами екскурсії можуть бути:*

- місця, пов'язані з історичними подіями, природні об'єкти, заповідники, будівлі і споруди, меморіальні пам'ятники і комплекси;
- об'єкти, пов'язані з життям і творчістю видатних особистостей;
- пам'ятники мистецтва, експозиції музеїв, картинних галерей, виставок, технічні експонати, археологічні пам'ятки.

При великій кількості таких об'єктів необхідно звернути увагу на їх правильний відбір з урахуванням пізнавальної цінності, важливості, змісту, функціональне призначення, безпечності та ін.

Екскурсія не повинна бути перевантажена великою кількістю відвідуваних об'єктів, тому що збільшує її тривалість і зменшує інтерес туристів. Оптимальна тривалість екскурсії по місту складає 2-3 години, при цьому з інтересом сприймається не більше 15-20 екскурсійних об'єктів.

При підготовці екскурсії доцільно *скласти паспорт* на кожний об'єкт, в який має бути внесено назву об'єкта, події пов'язані з цим об'єктом та дати, коли відбувались ці події, місцезнаходження, джерела інформації про об'єкт та дані про авторів об'єкта, безпека при його відвідуванні, фотографії та відео зйомки та ін.д.

*Процес створення екскурсії також включає* в себе розробку екскурсійного маршруту, тексту екскурсії, методики проведення, розробку і виготовлення демонстраційного матеріалу (фото, відео, плакати), калькуляцію витрат і розрахунок ціни на екскурсію, затвердження екскурсії у встановленому порядку, рекламу екскурсійного маршруту.



При пробному обході або об'їзді маршруту екскурсовод забор'язаний ознайомитися з планом розташування вулиць і площ, визначити місця стоянок транспортних засобів, місцезнаходження об'єкта та площадки для найкращого показу, провести хронометраж маршруту та ін.

Після пробного обходу або об'їзду *затверджується контрольний текст екскурсії*, на основі якого екскурсовод готує індивідуальний текст, а також різні варіанти даної теми екскурсії.

## Теми рефератних робіт

1. Гуманістична характеристика туризму.
2. Філософські аспекти проблеми безпеки і правового захисту особистості в туризмі.
3. Стандарти туристської освіти.
4. Контакт з іншими культурами і світоглядний самовимір людини в процесі й результаті туристичної активності.
5. Роль засобів масової інформації в туризмі.
6. Роль туризму у становленні глобальної інформаційної мережі.
7. Туризм як механізм розв'язання соціальних проблем.
8. Етика туризму як практична філософія поведінки.
9. Туризм – фактор розвитку духовності особистості.
10. Екологічна проблематика і туризм.
11. Туризм як засіб причетності до світу людського єднання.
12. Туристична діяльність – прискорювач глобальної між цивілізаційної взаємодії.
13. Ціннісні орієнтири особистості у вимірах педагогіки туризму.
14. Об'єкти естетичного освоєння туристами: характеристика та домінантність естетичних категорій.
15. Особливості інноваційних методик професійної підготовки.
16. Підготовка кадрів в Україні: досвід навчально-науково-виробничого комплексу.
17. Посилення комунікативної взаємодії країн і народів – результат масового туризму у XX-XI століттях.
18. Поняття туристичної реклами та її місце в туристичної діяльності.
19. Імідж туристичної організації.
20. Управління конфліктами в туристичному та готельному бізнесі.

## Питання для самоперевірки

1. Обґрунтуйте основні категорії педагогіки туризму.
2. Охарактеризуйте стан розвитку туристської освіти в Україні.
3. Обґрунтуйте місце туризму та туристської освіти в соціально-економічній інфраструктурі.
4. Місце педагогіки туризму в системі наук.
5. Визначте основні напрями дослідження педагогіки туризму.
6. Охарактеризуйте методика проведення дослідження з педагогіки туризму.
7. Обґрунтуйте методи виховання в туризмі.
8. Визначте мету і завдання аксіології туризму.
9. Як співвідносяться ціннісні орієнтири особистості та педагогіка туризму.
10. Обґрунтуйте виховний потенціал національних екскурсійних маршрутів.
11. Розкрийте методика проведення екскурсії.
12. Специфічні особливості методики розробки національних екскурсійних маршрутів.
13. Обґрунтуйте стратегію розробки нових туристських зон з позиції аксіологічних та естетичних засад педагогіки туризму.
14. Визначте екологічну проблематику в розрізі педагогіки туризму.
15. Охарактеризуйте естетизм об'єктів естетичного освоєння туристами.
16. Визначте методологію розробки змісту туристської освіти.
17. Розкрийте алгоритм розробки галузевого стандарту туристської освіти.
18. Охарактеризуйте структуру післядипломної освіти фахівців сфери туризму.
19. Роль і значення розробок А.В. Бакушинського для педагогіки туризму.
20. Охарактеризуйте особливості інноваційних методик професійної підготовки.

21. Визначте специфіку моделей підготовки фахівців у Європі та США.
22. Порівняйте особливості підготовки фахівців для сфери туризму в Європі та Україні.
23. Охарактеризуйте специфіку підготовки фахівців для сфери туризму в Росії.
24. Вітчизняна модель підготовки фахівців для галузі туризму.
25. Обґрунтуйте Концепцію неперервної туристської освіти в Україні.
26. Визначте тенденції міжнародного співробітництва в неперервній туристській освіті.

## Термінологічний словник

**Адаптивна функція педагогіки туризму** – це комплекс ефективних педагогічних механізмів і засобів фізичної, психологічної та інтелектуальної адаптації людини до змін у природному і соціальному середовищі.

**Аксіологія туризму** – відображення ціннісного значення туристської діяльності, вибору людиною орієнтацій у „мандрівному житті”.

**Антропологія туризму** – розділ філософії туризму, який розглядає як різновид людського активізму, метою якого є задоволення потреб індивіда за рахунок здійснення подорожі.

**Аксіологічна функція педагогіки туризму** – це комплекс ефективних педагогічних заходів, спрямованих на розвиток інтересу, ціннісних орієнтацій людини завдяки атрактивності (привабливості, цікавості) природно - рекреаційних туристичних ландшафтів.

**Аналіз** – процедура мисленнєвого розчленування досліджуваного об’єкта з метою його більш глибокого пізнання.

**Атрактивність** ( від лат. attrahere – привабливість ) – 1) характеристика туру, в якому ділова програма поєднується з відпочинком або розвагами; 2) важлива властивість туристичних ресурсів, що свідчить про їх рекреаційні цінності.

**Атракція** – розвага, що є елементом туристичного продукту. Для туристів і мандрівників можуть використовуватися природні ресурси ( пляжі, водні простори, гори тощо ), культурно-історичні ресурси ( історичні місця, міста, музеї, театри ), рекреаційні ресурси ( національні парки, заповідники, курорти тощо ), найважливіші культурні події ( карнавали в Латинській Америці, спортивні заходи, фестивалі мистецтв, щорічні виставки тощо ), специфічний інтерес ( шопінги, казино тощо ).

**Біогенетичний закон, „біогенетична концепція виховання”** – це теоретичний фундамент, на основі якого формувались нові методи вивчення людини у філософії, психології. Зміст біогенетичного закону було трансформовано філософами-позитивістами і зводився до винятково біологічного розвитку. Ця модернізація назву „біогенетичної концепції виховання”. Відповідно до позитивістської теорії, духовний розвиток дитини не тільки відповідає біологічному розвитку, але й визначається ним. Дитина проходить всі фази розвитку людського суспільства, розвиток індивіда фатально визначається шляхом, яким пройшли його пращури.

**Види педагогічних досліджень: фундаментальні, прикладні, розробки.** Основою такої класифікації є результат, що одержаний у процесі дослідження. Якщо мета фундаментального дослідження – розкриття та аналіз невідомих дотепер наукових явищ, закономірностей, то прикладні дослідження вирішують іншу мету – безпосередньо втілюють результати фундаментальних і прикладних досліджень у практику туристського виховання і навчання.

**Враження туристські** – комплекс позитивних емоцій і душевного стану туриста, що виникають чи досягаються в результаті використання туристичного продукту (послугу, товари).

**Виставка музейна** – музейна експозиція, що створюється на нетривалий час.

**Виставка туристична** - короткотерміновий захід, що періодично проводиться в одному й тому ж місці, мета якого показати, продемонструвати послуги і продукти, надати можливості для спілкування спеціалістів.

**Герменевтичний потенціал туристичної діяльності** – сприйняття цінностей культури, яке здійснюється в туристських мандрівках, подорожах, відвідуваннях, поїздках, походах і реалізується через особисте розуміння, витлумачення ( розшифрування смислів ).

**Головні завдання аксіології педагогіки туризму** – це, по-перше, обґрунтування етико-естетичних засад виховання особистості в туризмі; по-друге, визначення умов педагогізації особистості ціннісними орієнтаціями інших життєвих світів, культур, історій.

**Дослідна процедура** – це певний комплекс пізнавальних засобів і прийомів, а також конкретні аспекти організації дослідної діяльності ( наприклад, необхідний час, план дослідження, кількість дослідників, фінансові видатки ).

**Діагностика** – розпізнавання, аргументоване визначення певного стану об'єкта ( рівня, здібностей, знань, розумового розвитку, професійної придатності тощо ).

**Закони туристського виховання** – це об'єктивні, внутрішні, суттєві та відносно стійкі зв'язки, які виявляються туризмі, під час організації та проведення виховного процесу.

**Закон соціальної обумовленості цілей, змісту, принципів і методів виховання в туризмі** – об'єктивний процес значального впливу суспільних відносин, соціального на формування основних компонентів процесу виховання в туризмі. Знання виявлень цього закону допомагає повно й оптимально перекласти соціальне замовлення на рівень педагогічних категорій.

**Закон виховуючого та розвиваючого навчання.** Розкриває співвідношення між опануванням знаннями про новий культурний туристичний об'єкт, здобутими при цьому уміннями, удосконаленими навичками та розвитком особистості туриста, тобто передбачає міцний виховний вплив під час туристичної подорожі.

**Закон цілісності та єдності процесу виховання** – це співвідношення частини та цілого у виховному процесі, необхідність гармонійної єдності всіх компонентів.

**Закон єдності і взаємозв'язку теорії та практики виховання.** Розкриває співвідношення між змістом, методами виховання та туристською діяльністю.

**Закономірності педагогічного процесу** – це відношення, що об'єктивно існують між різними педагогічними явищами і систематично повторюються, мають стійкий, необхідний і суттєвий характер.

**Закономірності туристського виховання**, як суспільний процес, містять ті ж закони й закономірності, що виявляються у суспільному процесі різного рівня. Найвищий рівень складають загальні закони розвитку природи, суспільства і мислення:

- закон переходу кількості в якість;
- Закон заперечення заперечення;
- Закон єдності та боротьби протилежностей.

Серед закономірностей виховання в туризмі суттєвими є: визначальна роль спілкування у вихованні туриста, розвитку його особистості; цілісність процесу виховання в туризмі і взаємозалежність його компонентів; залежність результатів виховання не тільки від виховної діяльності, але і від реальних умов.

**Засоби виховання** – це все те, за допомогою чого впливають на учасників туристської діяльності. Засобами виховання є конкретні предмети матеріальної та духовної культури, які використовуються у педагогіці туризму.

**Засоби туризму** – способи організації туристської діяльності:

- програма, послуги, поїздка, маршрут, похід, подорож, екскурсія;
- способи пересування або транспортного обслуговування і доставки: обмін, туристська акція, туристський транспорт;
- способи туристського обслуговування: розміщення, харчування, надання додаткових послуг.



**Екзистенціалізм** – з'ясування сутнісних характеристик існування людини, що подорожує (смислу життя індивідуальної свободи, відповідальності тощо).

**Екзистенційний аспект класичного і екстремального туризму** – зміна світоглядно-ціннісних орієнтацій людини межовій (граничній) ситуації подорожі як у звичному режимі, так і в екстремальних умовах.

**Екологія туризму** – вчення про цивілізовану взаємодію туризму із природним середовищем з метою нейтралізації негативних впливів на біосферу.

**Екскурсія** – 1) процес наочного сприйняття довкілля, особливостей природи, сучасних та історичних об'єктів, елементів побуту, визначних місць певного міста чи регіону; 2) тематичний маршрут з метою відвідання визначних місць, певних об'єктів та місцевостей. Е. має певні ознаки (елементи): тривалість у часі (від однієї академічної години до доби); наявність екскурсантів (групи або індивідуалів); наявність екскурсовода, що проводить екскурсії; показ екскурсійних об'єктів, первинність глядацьких вражень; пересування учасників Е. за укладеним маршрутом; цілеспрямованість показу об'єктів, розповіді екскурсовода; наявність певної теми.

**Естетика туризму** – художньо-естетичні можливості туризму, які сприяють подальшому розвитку емоційного ставлення людини до навколишнього середовища, природного чи урбанізованого.

**Естетичне освоєння об'єктів туристами** – це відношення між туристом і дійсністю, тобто між естетичним об'єктом і суб'єктом.

**Етика туризму** – різновид прикладної етики, пов'язаної зі специфікою морального спілкування як всередині туристських груп, так і у ставленні до місцевого населення.

**Етнографія** – наука, що вивчає побутові та культурні особливості народів світу, проблеми їхнього виникнення та динаміку розвитку (етногенез), розселення та культурно-історичні відносини народів.

**Класифікація методів виховання** – це групування методів виховання за певними ознаками, встановлення зв'язків між групами. У процесі розвитку педагогічної науки мали місце різні підходи до класифікації. На сьогодні відомою класифікацією є підхід російського дослідника В.О.Сластьоніна, який вирізняє такі методи виховання:

- методи формування свідомості, в основі яких лежить слово педагога;
- методи організації діяльності, спілкування та формування позитивного досвіду суспільної поведінки, які ґрунтуються на практичних діях вихованців;
- методи стимулювання діяльності та поведінки, які в своїй основі мають емоційні аспекти засобів стимулювання;
- методи самовиховання.

У вітчизняній педагогіці найпопулярніша класифікація методів виховання дослідника С.У.Гончаренка (Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997 – 206 С.):

- методи різнобічного впливу на свідомість, почуття і волю учнів з метою формування їхніх поглядів і переконань ( бесіда, лекція, диспут, позитивний приклад);
- методи організації діяльності й формування досвіду суспільної поведінки ( педагогічна вимога, громадська думка, справа, привчання, створення виховних ситуацій);
- методи регулювання, корекції, стимулювання позитивної поведінки й діяльності вихованців ( змагання, покарання, заохочення).

**Метод опитування** – базується на цілеспрямованому отриманні інформації шляхом проведення бесід, анкетування за наперед розробленою методикою.

**Моніторинг** – система спостереження, контролю за станом навколишнього середовища і попередження прояву факторів, шкідливих для функціонування, відповідного процесу.

**Кінцева мета в туризмі:**

- збагачення особистості моральними, етичними цінностями;
- поповнення та закріплення знань з культурології;
- оздоровлення, розвиток адаптивних можливостей організму.

**Класифікація музеїв** – поділ музеїв на різні групи за визначеними ознаками. За профілем ( тобто зв'язок музею з конкретною наукою, галузею виробництва, техніки чи виду мистецтва тощо). Музеї поділяються на природно наукові, історичні, художні та ін. Музеї також поділяються залежно від юридичного статусу на державні, суспільні та приватні.

**Класифікація педагогічних досліджень** за такими критеріями: *дослідження*, що спрямовані на вивчення окремих сторін і функцій процесу виховання й навчання; *дослідження*, головним призначенням яких є вивчення процесів виховання, освіти та розвитку в широкому плані; *дослідження*, в яких виховання розглядається в цілому, як система.

**Класифікація методів туристського виховання:**

- методи безпосереднього виховного впливу (бесіда, лекція, позитивний приклад);
- методи опосередкованого виховного впливу (педагогічна вимога, громадська думка, створення виховних ситуацій);
- методи самовиховання.

**Класифікація екскурсій** – розподіл за такими критеріями: змістом, складом учасників, місцем проведення, засобами пересування, формою проведення. За змістом Е. поділяються на *оглядові (багатопланові), тематичні. Тематична Е.* присвячена розкриттю однієї теми. *Тематичні Е.* підрозділяються на шість

груп: історичні, виробничі, природознавчі, мистецькі, літературні, архітектурно-містобудівні. *За змістом Е.* поділяються на: історико-красознавчі, археологічні, етнографічні, військово-історичні.

**Комунікативна культура туризму** – встановлення та підтримання стосунків невимушеного, добровільного спілкування, заснованого на довірі, толерантності та взаємоповазі в процесі туристських контактів.

**Комунікація** – глибокі, соціально-значущі культурно-особистісні стосунки, які можуть вплинути на ключові життєві цінності та орієнтації індивідів.

**Кроскультурна комунікація** – комунікація представників різних культур, які мають нетотожні культурні координати сприйняття культурних символів та цінностей, а також мають різні мотиваційні інтенціональності до діяльності.

**Контроль** – процес з'ясування рівня засвоєння навчального матеріалу і визначення результатів навчання.

**Культурологія туризму** – теорія культурних трансформацій особистості в контексті її перебування (існування) феномена туризму як суспільно-культурного інституту.

**Мета аксіології виховання в туризмі** – це орієнтація особистості, котра освоює „чужий” життєвий світ і культуру, на цінності, повагу до іншого, його прав, задовольняючи внутрішні мотиви туриста та орієнтуючи на потреби інших.

**Мета виховання** – це наперед визначені результати у формуванні, розвитку і постійному самовдосконаленні особистості, яких намагаються досягти в процесі виховання.

**Метод** – це засіб досягнення будь-якої мети, вирішення конкретного завдання; сукупність прийомів або операцій практичного чи теоретичного засвоєння (пізнання) дійсності.

**Методи виховання у туризмі** – це способи і прийоми спільної взаємопов’язаної діяльності між суб’єктами туризму, що спрямовані на оволодіння культурними інтенціями, нормами і правилами гідної поведінки, на різнобічний розвиток особистості, формування загальнолюдських, національних рис, що визначено цілями педагогіки туризму.

**Моделі досліджень** класифікують на: експериментальні, діагностичні, монографічні. *Діагностичні дослідження* спрямовані на визначення наявного стану педагогічної дійсності та формування на цій основі відповідних рекомендацій для внесення в цю дійсність певних змін. Дослідження цього виду дозволяють відповісти на такі запитання: „Чому так?“, „Які причини цього явища?“. Ці дослідження можна назвати описовими, тому що вони проводяться з метою опису фактичного стану педагогічної дійсності. *Монографічні* дослідження реалізуються у двох принципівих напрямках:

- для характеристики та з’ясування одиничного педагогічного явища в туристській дійсності (з дослідно-пізнавальної точки зору це представляє значний інтерес і може бути використано для характеристики подібних явищ);
- опис і з’ясування педагогічного явища в туристській діяльності з метою відкриття його основних закономірностей, рис і засобів реалізації.

**Методологія** ( грецького походження і означає „вчення про метод”) – система принципів і засобів організації та побудови теоретичної та практичної діяльності, а також учення про цю систему. В науці термін „методологія” розуміється у широкому і вузькому значенні. В *широкому* – філософська вихідна позиція наукового пізнання для всіх наукових дисциплін. Універсальною науковою методологією, що вивчає закони розвитку природи, суспільства і мислення, є філософія. Поняття „методологія” у *вузькому* значенні означає теорію наукового пізнання в конкретних наукових дисциплінах.

**Методологія дослідження проблем туризму – туризмологія** - система принципів і засобів організації та побудови теоретичної та практичної діяльності, а також учення про цю систему, що вирішує, насамперед, стратегічні проблеми і включає в себе принципи й методи пізнання в теорії туристського виховання.

**Методологія педагогіки туризму** – це система, що охоплює:

- загальнометодологічну основу теорії та практики туристської освіти та навчання;
- наукову дисципліну;
- самостійну науку, що характеризується специфічною педагогічною дійсністю та предметом дослідної діяльності;
- конкретні методи, що використовуються, та стратегію їх застосування;
- діяльність дослідника щодо практичних і пізнавальних проблем, які визначають розвиток теорії та методики туристської освіти та виховання.

**Методологічні функції педагогіки туризму:**

- виховна – формування відчуття колективізму, моральних та етичних цінностей, розвиток умінь діалогічної взаємодії;
- освітня – отримання, поповнення та закріплення знань з історії, культурології, рекреації, природознавства тощо;
- оздоровча – дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей.

**Методика** – це конкретні форми та засоби використання методів, за допомогою яких здійснюється глибше пізнання різноманітних проблем педагогіки. Порівняно з методологією методика вирішує тактичні питання, її завдання – розробка певного алгоритму дослідницької діяльності в конкретних умовах, з конкретними об'єктами дійсності з використанням певної системи засобів тощо. Тобто вона містить опис сукупності методів, системи прийомів і засобів, що застосовуються для дослідження

різних виховних явищ. Методика відповідає на запитання: як, яким способом організувати та проводити дослідження? Її основна функція – організація дослідної діяльності.

**Методика дослідження проблем педагогіки туризму** – це сукупність систематизованих прийомів і засобів наукового пошуку в теорії туристського виховання, правил і технології їх застосування, порядку інтерпретації одержаних результатів. Розробка методики є обов'язковою, тому що вона визначає процесуальні можливості різноманітних методів дослідження проблем туристського виховання для поставленої дослідницької мети.

**Міжпредметні зв'язки педагогіки туризму** – це зв'язок із багатьма науками: філософією, естетикою, педагогікою, психологією, анатомією і фізіологією людини, економічними науками, етнологією тощо. Філософські науки допомагають педагогіці туризму визначити основні напрями наукових пошуків, правильно врахувати дію загальних закономірностей людського буття і мислення, забезпечують оперативною інформацією про зміни в науці й суспільстві, визначають методологічні засади.

**Науковий метод у теорії туристського виховання** – це система основних підходів й засобів дослідження, що відповідають предмету і завдання цієї науки.

**Неперервна професійна освіта** – це процес, спрямований на всебічний розвиток особистості, на систематичне поповнення знань, пов'язаних з розвитком науково-технічного прогресу.

**Об'єкт естетичної свідомості** – це явище будь-якого класу дійсності. Всі об'єкти естетичного освоєння, незважаючи на їх різнохарактерність і різномасштабність, можна систематизувати з позиції туризму таким чином:

- а) природні об'єкти і явища;
- б) продукти і предмети людської діяльності;

- в) вчинки, дії людей, їх ставлення, тобто соціальна поведінка людини;
- г) твори мистецтва.

**Педагогіка туризму** – наука, що вивчає процеси виховання, навчання і розвитку особистості у контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.

**Предмет педагогіки туризму** – особлива сфера суспільної свідомості з виховання (складовими частинами якої є освіта і навчання) людини під час перебування її в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях на іншій території та виховання професіонала для туризму.

**Предмет методології дослідження проблем туристської освіти та виховання** – це процес цього дослідження, а результат – система правил, рекомендацій щодо його проведення.

**Проблеми вивчення процесу пізнання туристської дійсності:** методи дослідження у туристському вихованні, їх особливості та взаємозв'язок, співвідношення якісних і кількісних характеристик, змістових і формалізованих методів, наукових фактів і гіпотез, типи та рівні досліджень, методологічні проблеми прогнозування розвитку теорії та практик туристського виховання та ін.

**Приєм виховання** – це частина методу виховання, необхідна для ефективнішого застосування методу в умовах конкретної педагогічної ситуації. Будь-який метод виховання складається з певної сукупності однорідних прийомів і способів виховного впливу.

**Принципи туристського виховання** – вихідні положення, що впливають із закономірностей виховання, туристського виховання й визначають загальне спрямування виховного процесу у процесі туристської діяльності, основні вимоги до його змісту, методики та організації.



**Підготовка екскурсії** – етап добору і формування методики та змісту Е. ведеться за двома основними напрямками: а) розробка нової теми екскурсії; б) підготовка екскурсовода до проведення екскурсії.

**Політична культура і туризм** – прояв політичних якостей людини як носія громадянсько-патріотичної культури в процесі міжнародних політичних контактів.

**Праксеологічний аспект туризму** – філософська концепція діяльності, що має статус програмно-концептуального проекту – теоретичне підґрунтя моделювання розвитку туризму, розробки програм та планів його вдосконалення.

**Праксеологія туризму** – філософське уявлення про практику туризму в її найрізноманітніших проявах і формах.

**Рекреація** – розширене відтворення сил людини (фізичних, інтелектуальних та емоційних). Деякі дослідники вважають Р. масивом часу, за який відбувається відновлення продуктивних сил людини, або діяльності, спрямованої на їхнє відновлення.

**Рекреаційна функція педагогіки туризму** – це комплекс ефективних педагогічних механізмів, спрямованих на поновлення, розвиток фізичних, інтелектуальних та емоційних сил людини.

**Розробка екскурсії методична** – документ, що визначає технологію застосування методичних прийомів відповідно до особливостей екскурсійного маршруту. Охоплює такі елементи Е.: маршрут, зупинки, об'єкт показу, тривалість, назва підтем та перелік основних питань, організаційні вказівки, методичні вказівки.

**Синергія культур у туристичній діяльності** – процес між культурної взаємодії учасників туристської діяльності та

виникнення внаслідок цього інноваційного туристського продукту.

**Соціологія туризму** – прикладна галузь соціології, яка вивчає структуру, функціонування та розвиток туризму як суспільного явища в його зв'язку з соціальними, політичними, економічними та культурними сферами суспільства.

**Спеціальні функції педагогіки туризму** класифікують на: рекреаційну; адаптаційну; аксіологічну.

**Способи туристського виховання** – це конкретні форми організації життєдіяльності особистості у туризмі, які мають виховне забарвлення і несуть виховне навантаження.

**Стандарт вищої освіти** – сукупність норм, що визначають зміст вищої освіти, навчання, засоби діагностики якості вищої освіти та нормативний термін навчання.

**Структура методики дослідження** – це система, що охоплює упорядковані основні елементи:

- концепція, на якій ґрунтується методика;
- конкретні туристсько-педагогічні явища, ознаки, параметри, які підлягають науковому вивченню;
- зв'язки, залежності та взаємозв'язки між ними;
- методи, які використовуються для вивчення даного предмета дослідження;
- правила застосування методів, методичних прийомів та їх алгоритм;
- алгоритм і процедура узагальнення результатів дослідження;
- склад, роль і місце дослідників у процесі наукового пошуку;
- враховує основні елементи всіх відносин.

**Структура підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму:**

*Підвищення кваліфікації в рамках практичного введення* в професійну діяльність проводиться для фахівців, які працюють у цій галузі, однак не повністю відповідають вимогам професійної діяльності.

*Підвищення кваліфікації в рамках поглиблення спеціалізації* має на меті збереження та покращення фахового рівня працівника. Найбільше уваги тут приділяється професійній практиці та набуттю нових знань.

*Підвищення кваліфікації з метою переведення на інше адекватне робоче місце (ротація)* забезпечує полегшення зміни робочого місця з аналогічними обов'язками або потреби наявності спеціальних знань.

*Підвищення кваліфікації з метою досягнення підвищення професійного рівня* – курси, що орієнтують фахівців на більш вищий рівень професійної діяльності.

**Система післядипломної освіти фахівців сфери туризму** – це цілеспрямована, спеціально організована і керована цілісна система перманентного формування у фахівців туристської галузі соціально-культурологічного досвіду, потреб для розвитку професійних характеристик відповідно до соціальних потреб.

**Тезаурус туризмознавства** – сфера знань про туризм, представлена у теоретичних поняттях.

**Тест** – стандартизована психодіагностична система завдань, яка призначена для встановлення кількісних і якісних індивідуально-психологічних властивостей.

**Туризмологія (туризмознавство)** – загальна теорія туризму, галузь соціокультурного знання, яка має синтетичний характер і характеризується розгалуженими між науковими зв'язками, що фокусуються в усвідомленні різних аспектів туризму.

**Туристична діяльність** – діяльність суб’єктів у сфері туризму, прискорювач глобальної між цивілізаційної взаємодії, чинник суспільної єдності.

**Туристська комунікація** – встановлення стосунків невимушеного, добровільного спілкування, заснованого на довірі.

**Феноменологія туризму** – спостереження, опис та вивчення явищ у сфері туризму і осягнення їх у свідомості суб’єктів туристичної діяльності.

**Філософія туризму** – філософська теорія туризму, специфічний різновид соціальної філософії. Світоглядна, теоретико-методологічна інтегративна основа туризмології.

**Фундаментальні дослідження** в теорії туристської освіти і навчання відкривають закономірності навчання і виховання особистості у туризмі, загально-теоретичні концепції туристського виховання, розробляють її методологію, а також створюють базу для прикладних досліджень і розробок.

**Функції педагогічних досліджень** класифікують на: соціальну, комунікативну, науково-практичну, конструктивно-технічну. *Дескриптивна* функція відстежується у дослідженнях діагностичного типу, що ґрунтуються на методі спостереження. *Пояснювальна* функція належить до досліджень експериментального типу. Прогностичну функцію виконують дослідження, якщо вони відповідають на запитання „Як є?” та „Що буде?”. *Оціночна* функція зорієнтована на передбачення майбутнього стану речей, прогноз. *Практична* функція є наслідком попередніх функцій, тобто спрямовані на вивчення педагогічної дійсності, на наукове обґрунтування її проблем, на опрацювання дієвих рекомендацій і висновків для практики, на конкретне застосування отриманих рекомендацій і висновків.

**Якість вищої освіти** – сукупність якостей особи з вищою освітою, що відображає її професійну компетентність, цілісну орієнтацію, соціальну спрямованість і обумовлює здатність

задовольняти як особисті духовні матеріальні потреби, так і потреби суспільства.

***Якість освітньої діяльності*** – сукупність характеристик системи вищої освіти та її складових, яка визначає її здатність задовольняти встановлені і передбачені потреби окремої особи або суспільства.

## Література до курсу в цілому

1. Аббасова О.С., Владиславлев А.П. Система непрерывного образования: реальность и перспективы / Под ред В.Г. Афанасьева. – Ташкент, 1983.

2. Аверченко Л.К. Управление общением. – М., Новосибирск, 2001.

3. Акселерод В. 25 – возраст молодости // Вестник детско-юношеского туризма в России. – 1999. – №2 -3 (30-31).

4. Аносов І. Сутність та природа людини як детермінанта науково-педагогічного аналізу // Неперервна професійна освіта: теорія і практика: Науково-методичний журнал. – К.: МДГУ, 2002. Випуск 1.

5. Анцупов А.Я., Малышев А.А. Введение в конфликтологию. – Киев, 1996.

6. Астапенко Г.Д. Быт, обычаи, обряды и праздники донских казаков XVII – XX вв. – Батайск, 2000.

7. Атватер И. Я Вас Слушаю. Сокр. пер. с англ. – М., 1994.

8. Афанасьев И. Деловой этикет. – Киев, 1998.

9. Балл Г.О. Гуманізація загальної та професійної освіти: Суспільна активність і психолого-педагогічні орієнтири // Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи / За ред. І.А.Зязюна. – К., 2000.

10. Білоус В.Т., Горюнова Л.І. Основи організації та викладання у вищій школі. – Ірпінь, 2001.

11. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., 1999.

12. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика. – СПб.: Питер, 2001.

13. Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанное хозяйство. – 2-изд. – Минск, 2001.

14. Бородкин Ф.М., Коряк И.М. Внимание конфликт! – Новосибирск, 1989.

15. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. – М., 2001.

16. Брандесов. Р.Ф. Вопросы эстоидидактики: Учебное пособие. – Челябинск: Челябинский гос. пед. институт, 1983.

17. Василишин Лариса. Деякі сучасні проблеми моніторингу діяльності навчальних закладів // Педагогіка та психологія професійної освіти. – 2002. – №1.

18. Введенская Л.А., Павлова И.Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов-н/Д, 1999.
19. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М., 1994.
20. Волкова Н.П. Педагогіка. Посібник. – К.: Видавництво „Академія”, 2001.
21. Ворожейкин И.Е., Кибанов А.Я., Захаров Д.К. Конфликтология. – М., 2000.
22. Выготский Л.С. Психология искусства / Под ред. М.Г. Ярошевского. – М.: Педагогика, 1987.
23. Высшее образование в XXI в.: Подходы и практические меры. Заключительный доклад Всемирной конференции по высшему образованию. Париж, 4-9 октября 1999. – Париж, 1999.
24. Гончаренко С., Мальований Ю. Гуманізація і гуманітаризація освіти //Шлях освіти. – 2000. - № 2, 3.
25. Гершунский Б.С. Философия образования для XXI века (в поисках практико–ориентированных образовательных концепций ). – М.: Изд-во «Совершенство». – 1998.
26. Гершунский Б.С., Малькова З.А. Педагогические аспекты концепции непрерывного образования // Теоретико-методологические и прикладные проблемы развития единой системы непрерывного образования: Материалы конф. – М.: АПН СССР, 1990. – Ч. 1.
27. Глобальный этический кодекс туризма. – В зб.: Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / За заг. редакцією професора В.К. Федорченка. – К.: Юрінком інтер, 2001.
28. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997.
29. Горський В.С. Подорож як феномен культури. // Всеукраїнський круглий стіл „Філософія туризму”. – К., 2002.
30. Горський С.В. Соціологія туризму // Соціологія: навчальний посібник. – К., 2003.
31. Горянина В.А. Психология общения. – М., 2002.
32. Гришина Н.В. Психология конфликта. СПб., 2002
33. Гуманізм: сучасні інтерпретації та перспективи. Відповідальний редактор Пазенюк В.С. – К., 2001.

34. Державний класифікатор України: Класифікація видів економічної діяльності ДК 003-95. – К.: Держстандарт України, 1995.
35. Державна національна програма „Освіта” (Україна ХХІ століття). – К., Райдуга, 1994.
36. Державний стандарт України ДСТУ 1.5 – 93: Державна система стандартів України. Загальні вимоги до побудови, викладу і оформлення та змісту стандартів. – К.: Держстандарт України, 1993.
37. Емельянов Б.В. Профессиональное мастерство экскурсовода: Учеб. Пособие. – М., 1986.
38. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии. – СПб, 2000.
39. Єрмоленко В.Г. Комунікативна практична філософія. Підручник – К.: Лібра, 1999.
40. Загвязинский В.И., Амонашвили Ш.А., Закирова А.Ф. Идеал, гармония и реальность в системе гуманистического воспитания // Педагогика. – 2002. - № 3.
41. Закон України „Про вищу освіту” / Науково-практичний коментар. За заг. ред. міністра освіти і науки України Кременя В.Г. – К., 2002.
42. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М., 2001.
43. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М., 2001.
44. Зязюн І.А. Філософія туризмології. // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. – К., 1999.
45. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. Пер. с англ. – М., 1994.
46. Кисельов М.М. Туризм і природознавство – філософсько-світоглядний аспект. // Всеукраїнський круглий стіл „Філософія туризму”. – К., 2002.
47. Кондрашова Л.В. Процесс обучения в высшей школе. – Кривой Рог: КГПУ; НВН, 2000.



48. Корсак К.В. Світова вища освіта. Порівняння і визначення закордонних кваліфікацій і дипломів / За заг. Ред. проф. Фокіна Г.В.: Монографія. – К.: МАУП – МКА, 1997.
49. Краевский В.В. Содержание образования: вперед к прошлому // Педобщество России. – М., 2000.
50. Кремень Василь. Освіта і наука України: шляхи модернізації (факти, роздуми, перспективи). – К.: Грамота, 2003.
51. Крылова Н.Б. Культурология образования. – М.: Народное образование, 2000.
52. Кудимова М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе // 5 звезд, 2000. №6.
53. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М., 2000.
54. Кулаев К.В. «Биогенетическая концепция» художественного развития личности А.В. Бакушинского: Культурология и экскурсоведение: Конспекты лекций / Сост. К.В. Кулаев. – М.: Российская международная академия туризма, 1998.
55. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: Учебник для вузов. – СПб., 2002.
56. Кюнцли Андреас. Гостиничный бизнес // Обучение за рубежом. – 2002. - №2.
57. Леднев В.С. Непрерывное образование: структура и содержание. – М.: АПН СССР, 1988.
58. Львов М.Р. Риторика. – М., 1995.
59. Макарова Т.Д. Обеспечение итогового контроля // Образовательные стандарты и контроль качества образования. – Вологда, 1996.
60. Матрос Д.М., Полев Д.М., Мельникова Н.Н. Управление качеством образования на основе новых информационных технологий образовательного мониторинга // Школьные технологии. – 2000. - № 3.
61. Менегетти А. Психология лидера. Изд. 4-е. – М., 2002.
62. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті. – Київ: Шкільний світ. – 2001.
63. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.А.Зязюна. – К., 2000.
64. Ничкало Нелля. Стандарти професійної освіти: проблеми методології і творчих пошуків // Професійна освіта: педагогіка і психологія. – Київ, Ченстохова, 2000. –Ч.11.

65. Оконь В. Введение в общую дидактику. – М.: Высшая шк., 1990.
66. Образовательное тестирование в Российской Федерации // Проект реформирования образования с участием Мирового банка ( Авторский коллектив Болотов В.А., Королев М.Ф., Радионов Б.У. при участии Беспалько В.П. и др.) – М., 1995.
67. Основы экскурсоведения: Учеб. пособие для слушателей фак. обществ. профессий педагогических институтов / Под ред. Б.В. Емельянова. – М., 1985.
68. Панкратов В.Н. Манипуляция в общении и их нейтрализация. – М., 2000.
69. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. – М., 2002.
70. Педагогика / Под ред. П.И. Пидкасистого. – М.: Российское педагогическое аген., 1996.
71. Подласый И.П. Педагогика. Новый курс: Учебник для студентов пед. вузов: В 2 кн. – М.: ВЛАДОС, 1999.
72. Попова Т.С., Гинетова А.В. Нетрадиционные методы ведения экскурсии // Проблемы и перспективы развития туризма в Северокавказском регионе: Сборник материалов I региональной научно-практической конференции г. Пятигорск, 23-25 апреля 2003 г.
73. Пиз А. Язык телодвижений. – Н.Новгород, 1992.
74. Психология и этика делового общения: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2003.
75. Психологічні аспекти гуманізації освіти: Книга для вчителя / За ред. Г.О. Балла. – Київ – Рівне, 1996.
76. Світогляд як духовно-практичний феномен // Філософія: навчальний посібник / За ред. д. ф. н. проф. І.Ф. Надольного. – 2-ге вид. – К.: Вікар, 2001.
77. Сегодняшний и завтрашний день столичного туризма // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2001. – №2.
78. Организация международного туризма: Учебник. – М., 2000.
79. Серж Перро, Жан Мишель Оернер. Необходимость „туризмологии” // „Наукові записки КІТЕП”, Т.1. – К., 2001.

80. Слободенюк Е.В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами: Автореф. канд. філос. н.: 09.00.03. – К., 2003.

81. Сопер Поль Л. Основы искусства речи. – М., 1995.

82. Среднесрочная стратегия. 2002 – 2007. Вклад в дело мира и человеческого развития в эпоху глобализации посредством образования, науки и коммуникации. – Париж: Изд-во ЮНЕСКО, 2001.

83. Судаков В.В. Стандартизация образования и творчества педагога // Федеральный и национально-региональный компонент государственных образовательных стандартов. – Якутск, 1996.

84. Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К., 1999.

85. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник – довідник. Навчальний посібник. – К., 2000.

86. Філософія і культурологія туризму. – К., 2001.

87. Франжиалли Франческо. Туризм как фактор устойчивого развития // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2002, № 7.

88. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник. – М., 2001.

89. Шапарь В.Б. Гений общения или искусство быть разным. – Ростов н/Дону, 2004.

90. Шестаков В.П. Эстетические категории. Опыт систематического и исторического исследования. – М., 1983.

91. Шлевков А. Тенденции развития мирового туризма в свете кризиса 11 сентября // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2001. - №11.

92. Шитов С.Е. Образовательные стандарты и контроль качества // Сборник выступлений и статей российских, голландских и датских экспертов «контроль качества в образовании». – Пермь, 1996.

93. Шитов С.Е. Образовательные стандарты в странах Западной Европы и США // Сборник статей «Актуальные проблемы стандартизации образования» / Под ред. Ю.И. Кривова. – Пенза, 1997.

94. Шульгин Н.Н. Альтернативная герменевтика в диалоге культур // Вопросы философии. – 2002. – №12.

95. Яковенко Ю.І. Соціологічний вимір туризму // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. Див. також: Горський С.В.

Навчальне видання

**СЕВАСТ'ЯНОВА Олена Анатоліївна**

# **ПЕДАГОГІКА ТУРИЗМУ**

*Навчальний посібник  
для магістрантів зі спеціальностей „Туризм” та „Готельно-  
ресторанна справа” денної та заочної форм навчання*

За редакцією автора  
Комп'ютерний макет – Севаст'янова О. А.

---

Здано до склад. 25.05.2010 р. Підп. до друку 25.06.2010 р.  
Формат 60x84 1/16. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman.  
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 13,78. Наклад 200 прим. Зам. № 137.

---

*Видавець і виготовлювач*  
**Видавництво Державного закладу**  
**„Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”**  
вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс (0642) 58-03-20  
e-mail: alma-mater@list.ru  
*Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3459 від 09.04.2009 р.*