

*Олеся Леонідівна Дишко,
викладач кафедри туризму та соціальних комунікацій,
ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»,
вул. Карбишева, 2, м. Луцьк, Україна*

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ БАКАЛАВРІВ З ТУРИЗМУ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У статті визначено структурні компоненти готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. Охарактеризовано діагностичний інструментарій для дослідження динаміки готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. Обґрунтовано результати експериментальної перевірки ефективності впровадження педагогічних умов формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Ключові слова: педагогічні умови, педагогічний експеримент, професійна взаємодія, споживачі туристичних послуг, бакалавр з туризму.

Постановка проблеми. Система сучасної вищої педагогічної освіти в Україні зазнає постійних якісних змін та оновлення теоретико-методологічної бази у зв'язку із загальними реформами, які тривають в країні. Інноваційна спрямованість вищої освіти відображається в підготовці фахівців з туризму, оскільки ринок туристичних послуг потребує висококваліфікованих фахівців, здатних швидко вирішувати різнопланові професійні завдання. Нині актуальною є проблема підготовки бакалаврів з туризму і в аспекті досягнення успіхів у професійній туристичній діяльності. Освітні вимоги до фахівців з туризму спонукають до постійного пошуку шляхів підвищення якості їх професійної підготовки, зокрема, готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню педагогічних технологій професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму приділяється увага у працях таких науковців, як С. Батищева, І. Зязюн, Н. Нічкало, Л. Романишина, В. Сластьонін, Б. Шиян та ін. Різні напрямки підготовки майбутніх фахівців сфери туризму розглядали С. Байлик, Т. Дорошенко, В. Квартальнов, В. Кіфяк, Л. Лук'янова, І. Ляпіна, І. Мініч та ін. Зокрема, погоджуючись з думкою В. Ледньова, що формування змісту освіти потрібно розглядати як цілісну, комплексну проблему на основі теоретико-методологічних підходів [1, С. 12-15], зауважимо: проблема формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг розкрита у науковій літературі недостатньо.

Метою статті є висвітлення результатів експериментальної перевірки ефективності впровадження педагогічних умов формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу. Недостатня теоретична розробленість проблеми та необхідність по-

шуку ефективних умов професійної підготовки фахівців з туризму потребують комплексного дослідження формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Структурними компонентами готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг визначено такі: аксіологічний, когнітивний, діяльнісний і особистісно-комунікаційний. *Аксіологічний компонент* готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг характеризує систему цінностей та професійних установок, які мотивують студентів до конструктивної професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг і формують позитивне ставлення до неї. *Когнітивний компонент* готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг характеризує наявність у студентів комплексу професійно-орієнтованих знань про особливості туристичної діяльності, які необхідні для здійснення професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. *Діяльнісний компонент* готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг характеризує наявність проєктувально-конструктивних, виконавських, аналітико-рефлексивних умінь і навичок здійснення професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. *Особистісно-комунікативний компонент* готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг характеризує ступінь морально-психологічної готовності і комунікативної компетентності бакалавра з туризму для успішного здійснення професійної взаємодії, професійно-ділового й міжособистісного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

Виокремлено педагогічні умови, які сприяють досягненню формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг:

✓ формування у студентів особистісного сенсу щодо професійної діяльності та позитивної мотивації до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг;

✓ трансформація змісту навчальної діяльності студентів у напрямку формування їх готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг;

✓ реалізація науково-методичного забезпечення навчально-виховного процесу з використанням новітніх інформаційних технологій формування готовності студентів до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг;

✓ оволодіння студентами комунікативними стратегіями для успішної професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

З метою перевірки ефективності педагогічних умов формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг було проведено педагогічний експеримент, основними етапами якого були: *пошуково-аналітичний* (виявлення початкового рівня готовності студентів до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг), *емпіричний* (впровадження у підготовку фахівців з туризму педагогічних умов формування готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг) і *підсумково-узагальнюючий* (виявлення динаміки рівнів сформованості готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг).

У педагогічному експерименті брали участь студенти Київського університету туризму, економіки і права та Луцького інституту розвитку людини Університету «Україна». Було сформовано контрольну групу (n=94 осіб), студенти якої навчалися за традиційною схемою навчально-виховного процесу, та експериментальну групу (n=90 осіб), процес навчання яких включав впровадження педагогічних умов, спрямованих на формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Експериментальне дослідження супроводжувалось педагогічним моніторингом, у процесі якого був розроблений і модифікований діагностичний інструментарій для дослідження динаміки розвитку компонентів готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Виділено такі критерії та показники сформованості готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг: аксіологічний, когнітивний, діяльнісний та особистісно-комунікаційний. Показниками *аксіологічного* критерію є цінності та мотиви студентів здійснення професійної діяльності, мотивоване прагнення до самовдосконалення та саморозвитку, ціннісне сприйняття і розуміння важливості професійної взаємодії для туристської діяльності. По-

казниками *когнітивного* критерію є сукупність професійно важливих знань, необхідних студенту для здійснення професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. Показниками *діяльнісного* критерію є наявність проектувально-конструктивних, виконавських та аналітико-рефлексивних умінь і навичок студента щодо здійснення професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг. Показниками *особистісно-комунікаційного* критерію є володіння студентом професійно важливими якостями, комунікабельністю, компетентністю у вирішенні конфліктів зі споживачами туристичних послуг.

Відповідно до зазначених критеріїв і показників було встановлено рівні сформованості готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг: високий, середній і низький.

Методики оцінки критеріїв сформованості структурних компонентів готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг включали:

➤ модифіковану методику «Визначення спрямованості особистості» Б. Басса та тест «Мое розуміння моральних цінностей» (для визначення рівня сформованості готовності за аксіологічним критерієм);

➤ тестові завдання для визначення рівня сформованості когнітивного компоненту готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг (для визначення рівня сформованості готовності за когнітивним критерієм);

➤ картку для оцінки рівня сформованості діяльнісного компоненту готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг (для визначення рівня сформованості готовності за діяльнісним критерієм);

➤ методику «Оцінка рівня комунікабельності» В. Ряховського та методику «Оцінка рівня компетентності у вирішенні конфліктів» П. Хеппнера та І. Петерсена (для визначення рівня сформованості готовності за особистісно-комунікаційним критерієм).

Аналіз показників сформованості готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг у студентів контрольної та експериментальної груп дозволив встановити, що на *початку* педагогічного експерименту статистично незначимими є відмінності між середнім значенням показника сформованості спрямованості поведінки студентів контрольної (10,61±0,31 бали) та експериментальної (11,03±0,36 бали) груп; середнім значенням показника сформованості моральних цінностей студентів контрольної (7,79±0,41 балів) та експериментальної (8,92±0,43 балів) груп; середнім значенням показника оволодіння бакалаврами з туризму сукупністю професійно орієнтованих знань студентів контрольної (15,67±0,75 балів) та експериментальної (17,22±0,78 балів) груп; середнім значенням показника сформованості проектувально-конструктивних, вико-

навських та аналітико-рефлексивних умінь у студентів контрольної (4,19±0,02 бали) та експериментальної (5,34±0,02 бали) груп; середнім значенням показника сформованості комунікабельності у студентів контрольної (13,18±0,74 балів) та експериментальної (14,67±0,75 бали) груп; середнім значенням показника сформованості компетентності у вирішенні конфліктів у студентів контрольної (41,27±0,89 бали) та експериментальної (43,10±1 бали) груп, що свідчило про однорідність цих груп на початку педагогічного експерименту (табл. 1).

У той же час наприкінці педагогічного експерименту між досліджуваними показниками контрольної та експериментальної груп спостерігалася статистично значима різниця: між середнім значенням показника сформованості спрямованості поведінки студентів контрольної (11,1±0,41 бали) та експериментальної (13,28±0,47 бали) груп; середнім значенням показника

сформованості моральних цінностей студентів контрольної (8,77±0,43 балів) та експериментальної (10,97±0,45 балів) груп; середнім значенням показника оволодіння бакалаврами з туризму сукупністю професійно орієнтованих знань студентів контрольної (17,68±0,8 балів) та експериментальної (21,38±0,81 балів) груп; середнім значенням показника сформованості проектувально-конструктивних, виконавських та аналітико-рефлексивних умінь у студентів контрольної (4,61±0,02 бали) та експериментальної (5,34±0,02 бали) груп; середнім значенням показника сформованості комунікабельності у студентів контрольної (14,76±0,79 балів) та експериментальної (18,39±0,84 бали) груп; середнім значенням показника сформованості компетентності у вирішенні конфліктів у студентів контрольної (43,76±0,96 бали) та експериментальної (48,86±1,09 бали) груп.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика досліджуваних показників контрольної та експериментальної груп (бали)

Показники			сформованості спрямованості поведінки	сформованості моральних цінностей	оволодіння професійно орієнтованими знаннями	сформованості проектувально-конструктивних, виконавських та аналітико-рефлексивних умінь і навичок	сформованості комунікабельності	сформованості компетентності у вирішенні конфліктів
Група (M±m)	контроль на	поч.	10,61±0,31	7,79±0,41	15,67±0,75	4,19±0,02	13,18±0,74	41,27±0,89
		кін.	11,1±0,41	8,77±0,43	17,68±0,8	4,61±0,02	14,76±0,79	43,76±0,96
P			P>0,05	P>0,05	P>0,05	P>0,05	P>0,05	P>0,05
Група (M±m)	експериментальна	поч.	11,03±0,36	8,92±0,43	17,22±0,78	4,56±0,02	14,67±0,75	43,1±1
		кін.	13,28±0,47*	10,97±0,45*	21,38±0,81*	5,34±0,02*	18,39±0,84*	48,86±1,09*
P			P<0,005	P<0,005	P<0,005	P<0,005	P<0,005	P<0,005

Примітка: * - P<0,005 порівняно з контрольною групою наприкінці педагогічного експерименту

Аналіз отриманих результатів свідчить про те, що наприкінці педагогічного експерименту абсолютний приріст показника сформованості спрямованості поведінки становив (0,94±0,1) балів у контрольній (P>0,05) та (2,24±0,12) балів у експериментальній групах (P<0,005); абсолютний приріст показника сформованості моральних цінностей становив (0,98±0,02) балів у контрольній (P>0,05) та (2,04±0,02) балів у експериментальній групах (P<0,005); абсолютний приріст показника оволодіння студентами професійно-орієнтованими знаннями, необхідними для здійснення професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг склав (2,01±0,05) балів у

контрольній (P>0,05) та (4,16±0,03) балів у експериментальній групах (P<0,005); абсолютний приріст показника сформованості проектувально-конструктивних, виконавських та аналітико-рефлексивних умінь, необхідних для ефективної професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг, склав (0,42±0) балів у контрольній (P>0,05) та (0,78±0) балів у експериментальній групах (P<0,005); абсолютний приріст показника сформованості комунікабельності склав (1,58±0,06) балів у контрольній (P>0,05) та (3,72±0,1) балів у експериментальній групах (P<0,005); абсолютний приріст показника сформованості компетентності у

вирішенні конфліктів склав $(2,49 \pm 0,07)$ балів у контрольній ($P > 0,05$) та $(5,75 \pm 0,1)$ балів у експериментальній групі ($P < 0,005$).

Наприкінці педагогічного експерименту абсолютний приріст усіх показників сформованості готовності студентів до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг переважав у експериментальній групі, причому виявлені відмінності у цих групах є статистично значимими. Зауважимо, що найбільший абсолютний приріст мав показник сформованості компетентності у вирішенні конфліктів, а найменший – показник сформованості

проектувально-конструктивних, виконавських та аналітико-рефлексивних умінь.

У цілому, на початку педагогічного експерименту у контрольній групі *низький рівень* сформованості готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг вміщував 55,67% студентів, *середній* – 35,64% студентів і *високий* – 8,69% студентів; наприкінці педагогічного експерименту *низький рівень* становив 41,84% студентів, *середній* – 43,79% студентів і *високий* – 14,36% студентів (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка рівнів сформованості готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг

Група		Контрольна група (n=90)		Експериментальна група (n=94)		
Етап		початок	кінець	початок	кінець	
Рівні	низький	абс.	52	39	51	30
		%	55,67	41,84	56,30	32,78
		різн. у %	- 13,83		- 23,52	
	середній	абс.	34	41	30	41
		%	35,64	43,79	33,70	45,74
		різн. у %	+ 8,15		+12,04	
	високий	абс.	8	14	9	19
		%	8,69	14,36	10,00	21,48
		різн. у %	+ 5,67		+11,48	

В експериментальній групі на початку педагогічного експерименту *низький рівень* сформованості готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг становив 56,3% студентів, *середній* – 33,7% студентів і *високий* – 10% студентів; наприкінці педагогічного експерименту *низький рівень* становив 32,78% студентів, *середній* – 45,74% студентів і *високий* – 21,48% студентів (рис. 1).

Отже, наприкінці педагогічного експерименту зменшилась кількість студентів з *низьким рівнем* сформованості готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг у контрольній групі на 13,83%, у експериментальній – на 23,52%; збільшилась кількість студентів з *середнім рівнем* сформованості готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг у контрольній групі на 8,15%, у експериментальній – на 12,04%; збільшилась кількість студентів з *високим рівнем* сформованості готовності до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг у контрольній групі на 5,67%, у експериментальній – на 11,48%, що свідчить про ефективність впровадження

педагогічних умов у процес формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

Висновки. Таким чином, результати впровадження педагогічних умов у процес формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг дають право стверджувати, що наприкінці педагогічного експерименту спостерігається позитивний приріст рівнів сформованості готовності студентів до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг як у контрольній, так і експериментальній групах. Причому, значне зростання досліджуваних показників та їх значна статистична значима зафіксовані у експериментальній групі (збільшилась кількість студентів з високим рівнем на 11,48%).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у вивченні зарубіжного досвіду та впровадження його прогресивних ідей у практику формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг.

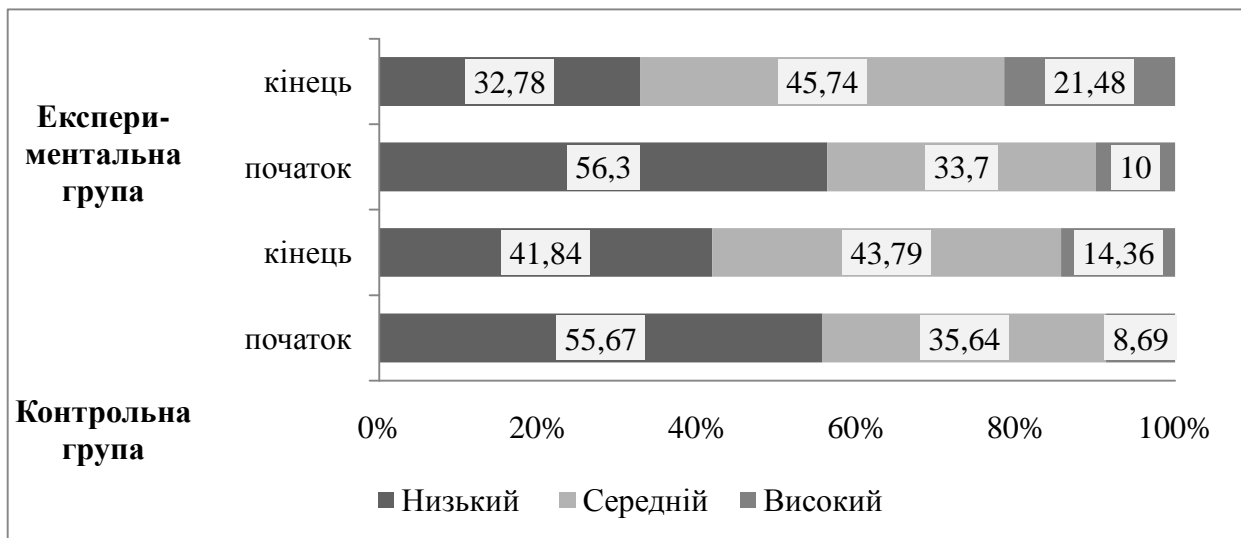


Рис. 1. Динаміка рівнів сформованості готовності студентів до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг (%)

ЛІТЕРАТУРА

1. Леднев В. Содержание образования / В. Леднев. – М.: Высшая школа, 1989. – 351 с.

REFERENCES

1. Lednev, V. (1989). Soderzhanie obrazovaniya [The Content of Education]. Moscow: Vysshaya shkola [in Russian].

*Олеся Леонидовна Дышко,
преподаватель кафедры туризма и социальных коммуникаций,
ЧВУЗ «Академия рекреационных технологий и права»,
ул. Карбышева, 2, г. Луцк, Украина*

ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ БАКАЛАВРОВ ПО ТУРИЗМУ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Статья посвящена проблеме подготовки бакалавров туризма к будущей профессиональной деятельности, а именно – формированию готовности к профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг. Актуальность проблемы обусловлена экономическими реформами в Украине в целом, активными преобразованиями в туристической отрасли в частности, а также изменениями теоретико-методологической базы высшей школы. Цель статьи – освещение результатов экспериментальной проверки эффективности внедрения педагогических условий формирования готовности бакалавров туризма к профессиональному взаимодействию с клиентами. В работе определены структурные компоненты готовности бакалавров туризма к профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг: аксиологический, когнитивный, деятельностный, личностно-коммуникативный. Аксиологический компонент характеризует систему ценностей и профессиональных установок, которые мотивируют студентов к конструктивному профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг и формируют положительное отношение к ней. Когнитивный компонент характеризует наличие у студентов комплекса профессионально-ориентированных знаний об особенностях туристической деятельности, которые необходимы для осуществления профессионального взаимодействия с клиентами. Деятельностный компонент определяет наличие проектно-конструктивных, исполнительских, аналитико-рефлексивных умений и навыков осуществления профессионального взаимодействия с потребителями туристических услуг. Личностно-коммуникативный компонент характеризует степень морально-психологической готовности и коммуникативной компетентности бакалавра по туризму к успешному осуществлению профессионального взаимодействия, профессионально-деловому и межличностному общению с потребителями туристических услуг. Автором выделены педагогические условия, способствующие достижению формирования готовности бакалавров туризма к профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг. К таким условиям относятся: формирование у студентов личностного смысла по отношению к профессиональной

деятельности и положительной мотивации к профессиональному взаимодействию с клиентами, трансформация содержания учебной деятельности студентов, реализация научно-методического обеспечения с использованием новейших технологий, овладение студентами коммуникативными стратегиями для успешной профессиональной деятельности. Описан педагогический эксперимент из трех этапов – поисково-аналитического, эмпирического и итогово-обобщающего. В процессе эксперимента наблюдалось две группы студентов: контрольная и экспериментальная. При этом разработан и охарактеризован диагностический инструментарий для исследования динамики готовности бакалавров туризма к профессиональному взаимодействию с клиентами. Детально проанализированы показатели сформированности готовности бакалавров по туризму к профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг. Обоснованы результаты экспериментальной проверки эффективности внедрения педагогических условий формирования готовности бакалавров туризма к профессиональному взаимодействию с потребителями туристических услуг.

Ключевые слова: педагогические условия, педагогический эксперимент, профессиональное взаимодействие, потребители туристических услуг, бакалавр туризма.

Olesia Dyshko,

*Lecturer of the Department of Tourism and Social Communications,
Private Higher Educational Institution "Academy of Recreational Technologies and Law"
2, Karbysheva Str., Lutsk, Ukraine*

FORMING READINESS OF BACHELORS OF TOURISM FOR PROFESSIONAL INTERACTION WITH CONSUMERS OF TOURISM SERVICES

The article is dedicated to the problem of preparation of bachelors of tourism for the future professional activity, namely the formation of readiness for professional interaction with consumers of tourism services. The relevance of the issue is caused, in general, by the economic reforms in Ukraine, by active changes in the tourism industry, and also by changes in theoretical and methodological basis of higher schools. The aim of this article is to present the results of experimental verification of efficiency of implementing pedagogical conditions of preparing bachelors of tourism for professional interaction with consumers of tourism services. The authors identifies the structural components of bachelors' of tourism readiness for professional interaction with consumers of tourism services: axiological, cognitive, activity and personal communicative components. Axiological component characterizes the system of values and professional attitudes, which motivate students to constructive professional interaction with consumers of tourism services and form a positive attitude towards it. The cognitive component is characterized by the presence of students' set of professionally-oriented knowledge about the characteristics of tourism activities, which are necessary for the implementation of professional interaction with customers. The activity component determines the availability of project and design, technical, analytical and reflective skills for professional interaction with consumers of tourism services. The component of personal communication describes the degree of moral and psychological readiness and communicative competence of bachelors of tourism for the successful implementation of professional interaction, professional business and interpersonal communication with consumers of tourism services. Pedagogical conditions, which contribute to the formation of readiness of bachelors of tourism for professional interaction with consumers of tourist services, are highlighted in the article by the author. Such conditions include: the formation of students' personal meaning in relation to professional work and positive motivation to professional interaction with customers, transformation of the content of educational activity of students, the implementation of scientific and methodological support using the latest technologies, students' mastering of communication strategies for a successful career. The author describes the pedagogical experiment consisted of the following three stages: search-analytical, empirical, and synthesis. During the experiment two groups of students (control and experimental) have been observed. In addition, diagnostic tools for studying the dynamics of development of the component of readiness of bachelors of tourism for professional interaction with consumers of tourist services are described. Parameters of the formation of bachelors' of tourism readiness for professional interaction with consumers of tourist services have been reviewed in details. The results of the experimental verification of the effectiveness of implementation of pedagogical conditions of forming readiness of bachelors of tourism for professional interaction with consumers of tourist services have been proved.

Keywords: pedagogical conditions, pedagogical experiment, professional interaction, consumers of tourism services, the Bachelor of Tourism.

Рецензент: доктор педагогічних наук, професор Н. О. Белікова

Подано до редакції 03.04.2015