48. Vesely A. K., Saklofske D. H., & Leschied A. D. Teachers-the vital resource: The contribution of emotional intelligence to teacher efficacy and well-being. Canadian Journal of School Psychology. 2013. Volume: 28 issue: 1, page(s): 71-89. https://doi.org/10.1177/0829573512468855

Жа́ра Г. И. Аксиология и акмеология индивидуальной охраны здоровья современного учителя в системе непрерывного педагогического образования.

В статье обоснованы теоретические основы формирования компетентности индивидуальной охраны здоровья современного учителя с позиций аксиологии и акмеологического подхода. Поскольку здоровье человека является наивысшей и абсолютной общественной ценностью, система подготовки учителей требует нового переосмысления с точки зрения двойной ориентации к ценностным аспектам сохранения и укрепления здоровья. Прежде всего есть необходимость сформировать ценностное отношение будущего педагога к его собственному здоровью, а после этого переориентировать его педагогические действия на сохранение здоровья учеников. Планирование индивидуального валеогенеза осуществляется путем приобретения ценностного опыта индивидуальной охраны здоровья учителя в процессе профессиональной подготовки и развития компетентности индивидуальной охраны здоровья через апробацию этого опыта в профессиональной и повседневной деятельности.

Ключевые слова: *учитель, здоровье, компетентность индивидуальная охрана здоровья, подход аксиологии, акмеологический подход, непрерывное педагогическое образование.*

Zhara H. I. Axiology and acmeology of individual health preservation in the system of continuous pedagogical education.

The article substantiates the theoretical basis of the formation of individual health preservation competence of a modern teacher from the standpoint of axiological and acmeological approaches. Although human health is the highest and most absolute social value, the teacher training system needs a new rethinking in terms of dual orientation towards the value aspects of preserving and promoting health. First of all, there is a need to form a valuable attitude of the future teacher towards his own health, and then to reorient its pedagogical actions to preserve the health of students. Individual valeogenesis planning is carried out by valuable personal experience acquiring in the health preservation of the teacher in the process of professional training and development of individual health preservation competence through the testing of this experience in professional and everyday activities.

Keywords: *teacher, health, individual health preservation competence, axiological approach, akmeological approach, continuous pedagogical education.*

УДК 37.013.42

Зінькова І.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА КУЛЬТУРА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ПОСЛУГ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ

У статті здійснено теоретичний аналіз проблеми формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму. Автором проаналізовано низку наукових розвідок, присвячених порушеній проблемі, наведено розуміння поняття "підприємництво" в сучасній науковій літературі й нормативних документах. На основі узагальнення опрацьованого матеріалу виокремлено найбільш загальні функції підприємницької діяльності, а саме: ресурсну, організаційну, інноваційну, соціальну й особистісну. Зміст підприємницької культури розглядається як поєднання ціннісної сфери особистості, її спрямованості, самореалізації та особливостей взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності на засадах соціальних і етичних норм.

Ключові слова: *підприємництво, підприємницька культура, сфера послуг і туризму, професійна підготовка.*

Цілеспрямований розвиток здатності до підприємництва у майбутніх фахівців різних галузей здійснюється під час навчання у закладах вищої освіти. Особлива значущість цього процесу спостерігається під час професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму, оскільки саме цей напрям економіки в нашій державі вважається одним із пріоритетних.

Необхідність удосконалення професійної підготовки фахівців сфери послуг і туризму, актуальність формування їх підприємницьких здібностей засвідчено в нормативно-правових документах, які регулюють відповідні напрями господарства і систему вищої освіти в Україні, а саме: Конституція України (1996), "Господарський кодекс України" (2003), Закони України "Про туризм" (2004), "Про вищу освіту" (2014), "Про освіту" (2017), Національній стратегії розвитку

освіти в Україні на період до 2021 року (2013), "Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року" (2017), Хартія туризму (1985), Гаазька декларація туризму (1989), Глобальний етичний кодекс туризму (1999) тощо.

Короткий ретроспективний аналіз засвідчив, що економічні відносини значною мірою стимулювали і супроводжували розвиток людської цивілізації. В історії наукової економічної думки поняття "підприємець" (франц. – *entrepreneur*, у перекладі означає "посередник") уперше використав Р. Кантільйон у 1725 році й визначив його як "людина, яка діє в умовах ризику" [14, с. 14]. Ризикованість полягала у тому, що підприємець повинен витратити певні кошти, щоб виробити продукт, однак невідомо, за якою ціною він зможе цей продукт реалізувати і відповідно – чи отримає прибуток, чи виробництво буде збитковим.

Як свідчать результати наукових розвідок [14; 8; 15], в історії економічної думки різні аспекти підприємництва упродовж XVIII – XIX століть досліджували А. Сміт (обґрунтував економічну політику держави як модель вільного підприємництва; до характеристик підприємництва, окрім ризикованості, додав отримання доходів від дій підприємця), Ж.-Б. Сей (виокремив організаторську функцію підприємця, який має ефективно комбінувати землю, капітал і працю), А. Маршал (ототожнював менеджмент і підприємництво) та інші теоретики-економісти.

Засновником сучасної еволюційної економічної теорії вважають Й. Шумпетера, який на початку XX століття розробив фундаментальні принципи і методологію підприємництва, а також акцентував увагу на інноваційному компоненті підприємницької діяльності та значенні особистісного чинника у виробництві. За концепцією Й. Шумпетера, підприємництво стимулює економічний розвиток загалом, долає інерцію, "здійснює нові комбінації" чинників виробництва, реалізує нововведення [15; 14].

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

У сучасних дослідженнях українських науковців дедалі більше зростає інтерес до філософських, історичних, економічних, соціологічних, психологічних, педагогічних аспектів підприємництва. Особливості формування морально-етичних цінностей підприємця у соціально-філософському вимірі наведено в дослідженні В. Акопяна; світоглядні та моральні основи буттєвої самореалізації сучасного підприємця вивчають Р. Олексенко, В. Молодиченко; соціально-філософський аналіз економічного розвитку нації в контексті глобалізаційних процесів здійснила Т. Глушко та ін.

Соціокультурні та соціопсихологічні виміри підприємництва досліджують Н. Комих, З. Остропольська, Ю. Пачковський, В. Пилипенко та інші. Останнім часом дедалі більше науковців зосереджують увагу на психологічному підґрунті підприємництва (Л. Карамушка, О. Креденцер, Ю. Дроздова та ін.). Історичні аспекти розвитку підприємництва в Україні наведені в наукових працях О. Демидова, Т. Колесник, Т. Лазанської, В. Мадзігона та ін.

Низка наукових досліджень присвячені проблемі підприємництва в туризмі: державні та економічні механізми регулювання даного напряму окреслені в статті В. Ткач, О. Камушкова, С. Захарової; теоретико-методичну сутність підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму вивчають В. Папп, Н. Бошота; особливості організації підприємництва в агротуризмі наведені в посібнику В. Герасименко та С. Нездоймінова.

Попри значну кількість наукових досліджень, присвячених різним аспектам порушеної проблеми, потребують конкретизації теоретичні й практичні особливості формування підприємницької культури майбутніх працівників сфери послуг і туризму в сучасних закладах вищої освіти.

Мета статті – теоретичне узагальнення результатів наукових розвідок з проблем формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Результати дефінітивного аналізу наукових розвідок з проблем підприємництва засвідчили як спільні риси, так і розбіжності у підходах до розуміння термінологічного апарату. Зазвичай підприємництво трактується як особливий вид економічної діяльності, який передбачає отримання прибутку, а провідними його ознаками є цілеспрямованість, систематичність, інноваційність, креативність, ризик тощо.

У довідковій літературі підприємництво визначається як "окремий вид бізнесу, самостійна ініціативна діяльність на власний ризик (виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею), що ґрунтуються на вкладанні власних коштів, використанні існуючих та створенні нових можливостей з метою одержання прибутку" [9, с. 230].

Ю. Пачковський акцентує на креативній ознаці підприємництва і розуміє його, як "особливий творчий різновид економічної діяльності і поведінки людини, керованої у своїй діловій активності особистими вигодами з врахуванням реальних інтересів і стратегічних цілей конструктивного розвитку та взаємодії усіх сфер суспільного життя" [12, с. 10].

У Господарському кодексі зазначено, що "підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку" [6]. У даному документі задекларовано і принципи підприємницької діяльності. А саме:

– вільний вибір видів діяльності;

– самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;

– вільний найм підприємцем працівників;

– комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;

– вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;

– самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд [6].

Загалом, як стверджує А. Дядін, в сучасній економічній науці виокремлюються декілька підходів до трактування термінологічного апарату підприємницької діяльності, а саме: прибутковий (підприємницькою вважається будь-яка діяльність, результатом якої є прибуток), особистісний (підприємець є суб'єктивним особистісним фактором підприємництва), мотиваційний (рушійними силами підприємницької діяльності вважаються мотиви, прагнення, бажання, а не спеціальні здібності індивіда), функціональний (підприємницька діяльність спрямована на отримання суспільної і особистої вигоди) [8, с. 66-68]. Різноманітність підходів обумовлена специфічними особливостями та функціональними характеристиками підприємницької діяльності. У навчальних посібниках та підручниках [2] зазвичай розглядають інноваційну, ресурсну, організаційну і стимулюючу функції. У процесі порівняльного аналізу й узагальнення результатів наукових розвідок [2; 15; 8] було виокремлено найбільш загальні функції підприємницької діяльності, а саме:

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

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

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

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

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

Таким чином підприємницька діяльність в сучасній ринковій економіці "забезпечує розвиток і постійне оновлення економічної системи, стимулює інноваційне середовище, яке відкриває шлях до радикальних перетворень у технічному базисі та свідомості людей" [2, с. 15]. Рушійною силою в цьому процесі є особистість, зорієнтована на досягнення успіху, готова до ризику, відкрита до інновацій, здатна управляти собою та організовувати роботу колективу. А для успішного здійснення підприємницької діяльності в певній галузі особистість має володіти відповідними якостями та здібностями,

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

У підходах до трактування означеного поняття є значні розбіжності, що пояснюється складністю і багатоаспектністю феномену культури в сучасній науці. У словниках української мови наведено декілька значень категорії "культура", а саме: "1) сукупність матеріальних і

духовних цінностей, створених людством упродовж його історії; рівень розвитку суспільства в певну епоху; те, що створюється для задоволення духовних потреб людини; 2) освіченість, вихованість; 3) рівень, ступінь досконалості якої-небудь галузі господарської або розумової діяльності…" [4, с. 596]. Конкретизовано сутність даного поняття у наукових працях з філософії, історії, культурології, соціології, мистецтвознавства тощо. У посібниках з культурології зазначається, що "культура – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, створена внаслідок цілеспрямованої діяльності людства протягом його історії, а також взаємовідносини, що склалися в процесі споживання, відтворення цих цінностей та їх розподілу і обміну" [10, с. 14].

Дослідниками також представлено класифікаційні параметри, зміст яких відрізняє перелічені підходи (істотні ознаки, типові структурні елементи, головні функції, пріоритетні методи дослідження).

Отож, у наукових розвідках терміном "культура" позначають і сукупність результатів діяльності людства в духовному і матеріальному вимірах (предмети і цінності), і певний еталон, зразок, який є мірилом для поняття культурності, і специфічно людський спосіб діяльності, що обумовлюється відповідними нормами.

У психолого-педагогічній літературі поняття "культура" зазвичай розуміють як складне особистісне утворення, яке обумовлюється системою норм, ціннісних орієнтацій, переконань, принципів, моделей поведінки. Культура засвоюється і реалізується у соціальній діяльності, взаємодії з іншими людьми. С. Булавенко пропонує визначення загальної культури: "…це специфічний спосіб організації людської життєдіяльності, що представлений у продуктах матеріальної та духовної праці, у системі соціальних норм та установок, у духовних цінностях, у сукупності ставлень людей до природи, до інших людей і до себе" [3, с. 7-8]. Отож, з погляду педагогічної науки культура має суб'єкт-суб'єктний характер, відображає здатність особистості засвоювати відповідні норми, цінності, способи поведінки, а також відображати їх у безпосередній діяльності, спілкуванні і взаємодії з іншими людьми.

Автори "Соціологічного словника" поняття "підприємницька культура" розуміють як ознаку окремого суспільства і вважають, що це – певна соцієтальна культура, в межах якої цінними є індивідуальна ініціативність, енергійність, самостійність [1, с. 205].

Ю. Пачковський здійснив соціокультурний аналіз поняття "підприємництво" і виокремив його складові, а саме: підприємницька культура, підприємницька ідеологія й цінності, національний характер [12, с. 13]. Вчений насамперед акцентує на етиці взаємовідносин у бізнесі. Усю багатоманітність взаємовідносин Ю. Пачковський зводить до таких варіантів: "підприємець – найманий працівник", "підприємець – споживач продукції, послуг", "підприємець – підприємець", "підприємець – інвестор (кредитор)", "підприємець – довкілля", "підприємець – суспільство" [12, с. 14].

Особистісний вияв змісту підприємницької культури наведений О. Федоровим. Учений інтерпретує означене поняття в аксіологічному і ментальному аспектах: "підприємницька культура – система цінностей, соціальних норм поведінки й етичних взаємин суб'єктів господарювання на конструктивних засадах організації інноваційної діяльності для забезпечення прибуткової результативності особистісно й суспільно корисної справи" [13, с. 8]. У статті І. Добрянського і М. Зимомрі поняття "підприємницька культура" розглядається як складова професійної культури майбутнього дизайнера, яка "забезпечує спрямованість на визначення потенційних можливостей спеціаліста з даного фаху в досягненні комерційного результату засобами організаційної мобільності, залучення необхідних ресурсів та формування системи маркетингових комунікацій" [7, с. 18]. У даному визначенні акцентовано на діяльнісному вимірі досліджуваного феномену.

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

Зміст підприємницької культури розглядаємо як поєднання ціннісної сфери особистості, її спрямованості, самореалізації та особливостей взаємодії з іншими суб'єктами підприємницької діяльності на засадах соціальних і етичних норм. Складність і багатовимірність означеного поняття зумовлена широким колом завдань, які покликаний вирішувати підприємець у реаліях ринкової економіки. А саме: пошук власної справи, створення умов для її реалізації та подальшого удосконалення, налагодження комунікації для успішного розвитку бізнесу, забезпечення відповідності підприємницької діяльності нормативно-правовій базі, мотивація, самоорганізація та організація діяльності працівників, необхідність забезпечення соціального захисту себе і своїх

працівників тощо. Означене стосується усіх напрямів підприємництва, в тому числі – сфери послуг і туризму.

Підприємництво у туристичній галузі та сфері послуг розглядається дослідниками як особливий вид активності, яка базується на ініціативі, інноваційній підприємницькій ідеї і спрямована на виробництво та реалізацію туристських товарів, наданні відповідних послуг та отриманні прибутку [11, с. 144]. В. Герасименко та С. Нездоймінов акцентують на тому, що підприємництво в туризмі і сфері послуг "вимагає послідовного виконання логічно взаємопов'язаних стадій та етапів" [5, с. 36] і зауважують, що з таким бізнесом "пов'язане формування матеріальної бази галузі, планування напрямків та обсягу обслуговування туристів в регіоні, оцінка ефективності діяльності підприємств та використання ресурсів, організація праці, особливості ринку та характер споживання туристичних послуг" [5, с. 36].

На підставі результатів аналізу наукових розвідок [11; 5], доведено призначення підприємницької діяльності у туристичній галузі та сфері обслуговування, а саме:

– адекватна оцінка і прогноз потреб ринку туризму та сфери обслуговування;

– передбачення нових напрямів розвитку ринку, виявлення найбільш перспективних і затребуваних видів послуг у сфері готельно-ресторанних послуг та туристських дестинацій;

– виявлення оптимального об'єму виробництва і реалізації туристських продуктів і послуг з урахуванням попиту, сезонності, умов середовища;

– здійснення пошуку й створення нових технологій виробництва і збуту туристських продуктів і реалізація послуг з метою мінімізації витрат та максимізації прибутків.

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

Висновки і перспективи подальших досліджень з означеної проблеми. Представлені вище узагальнення зумовили визначення *засадничих положень* для успішного формування підприємницької культури майбутніх фахівців сфери обслуговування і туризму під час навчання у закладах вищої освіти. Отож, підприємницька культура особистості:

– є цілісним і багатофункціональним феноменом, який визначає успішність професійної діяльності і самореалізацію особистості;

– нормативною основою є законодавча база, яка регулює функціонування сфери обслуговування і туризму, а також підприємницьку діяльність загалом, об'єктивні закони економіки, менеджменту і маркетингу тощо;

– відображає ціннісні орієнтації та установки особистості і впливає на подальше їх формування в процесі підприємницької діяльності;

– обумовлена особливостями професійної діяльності працівників сфери послуг і туризму (суб'єкт-суб'єктна взаємодія, соціальна спрямованість, конкурентність на ринку сфери обслуговування і туризму тощо);

– визначає стратегію і тактику професійної діяльності у сфері обслуговування і туризму для отримання оптимального результату (прибутку) за умови використання оптимальних ресурсів (матеріальних і нематеріальних).

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у конкретизації методологічних підходів, форм, методів, засобів формування підприємницької культури у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг і туризму.

Використана література:

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. Социологический словарь. Москва : ЗАО "Издательство "Экономика", 2004. 620 с.
2. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність : навч. посіб. / за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ : "Лілея НВ", 2014. 304 с.
3. Булавенко С. Д. Формування економічної культури учнів основної та старшої школи : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07; Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2011. 22 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2009. 1736 с.
5. Герасименко В. Г., Нездоймінов С. Г. Організація підприємницької діяльності в агротуризмі :

навчальний посібник. Одеса : ПАЛЬМІРА, 2011. 176 с.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003. № 436-IV. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?find=1&text=%EF%B3%E4%EF%F0%E8%BA%EC#w11 (дата звернення 01.12.2018)
7. Добрянський І., Зимомря М. Формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватної вищої школи (методологія дослідження проблеми). *Молодь і ринок*. 2011. № 11(82). С. 16-19.
8. Дядін А. С. Дефініція категорії "підприємницька діяльність". URL : http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1808/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%201.%20%D0%94%D1%8F%D0%B4%D1%96%D0%BD.pdf (дата звернення 03.02.2018)
9. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ : Кондор, 2006. 355 с.
10. Культурологія: теорія та історія культури : навч. посіб. Видання 3-тє, перероб. та доп. / за ред. І. І. Тюрменко. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 370 с.
11. Морозов М. А. и др. Экономика туризма : учебник. Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.
12. Пачковський Ю. Ф. Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект) : автореф. дис. … д-ра соціол. наук : 22.00.04. Національна академія наук України. Інститут соціології. Київ, 2004. 36 с.
13. Федоров О. В. Формування підприємницької культури дизайнера в умовах приватного вищого навчального закладу : автореф. дис. … канд. пед. наук : 13.00.04. Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2011. 23 с.
14. Черебко Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учебник и практикум для СПО. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 420 с.
15. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / перевод В. С. Автономова и т.д. Москва : Директмедиа Паблишинг, 2008. 401 с.

R e f e r e n c e s :

1. Aberkrombi N., Hill S., Terner B. Sociologicheskij slovar. Moskva : ZAO "Izdatelstvo "Ekonomika", 2004. 620 s.
2. Anufriieva O. L., Palchevska T. H., Lahotska H. M. Pidpryiemnytska diialnist : navch. posib. / za nauk. red. O. L. Anufriievoi. Ivano-Frankivsk : "Lileia NV", 2014. 304 s.
3. Bulavenko S. D. Formuvannia ekonomichnoi kultury uchniv osnovnoi ta starshoi shkoly : avtoref. dys. ... kand. ped. nauk: 13.00.07; Natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni M. P. Drahomanova. Kyiv, 2011. 22 s.
4. Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy / uklad. i holov. red. V. T. Busel. Kyiv ; Irpin : VTF "Perun", 2009. 1736 s.
5. Herasymenko V. H., Nezdoiminov S. H. Orhanizatsiia pidpryiemnytskoi diialnosti v ahroturyzmi : navchalnyi posibnyk. Odesa : PALMIRA, 2011. 176 s.
6. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003. № 436-IV. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?find=1&text=%EF%B3%E4%EF%F0%E8%BA%EC#w11 (data zvernennia 01.12.2018)
7. Dobrianskyi I., Zymomria M. Formuvannia pidpryiemnytskoi kultury dyzainera v umovakh pryvatnoi vyshchoi shkoly (metodolohiia doslidzhennia problemy). Molod i rynok. 2011. №11 (82). S. 16-19.
8. Diadin A. S. Definitsiia katehorii "pidpryiemnytska diialnist". URL : http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1808/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%201.%20%D0%94%D1%8F%D0%B4%D1%96%D0%BD.pdf (data zvernennia 03.02.2018)
9. Zavadskyi Y. S., Osovska T. V., Yushkevych O. O. Ekonomichnyi slovnyk. Kyiv : Kondor, 2006. 355 s.
10. Kulturolohiia: teoriia ta istoriia kultury : navch. posib. Vydannia 3-tie, pererob. ta dop. / za red. I. I. Tiurmenko. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2010. 370 s.
11. Morozov M. A. i dr. Ekonomika turizma : uchebnik. Moskva : Federalnoe agentstvo po turizmu, 2014. 320 s.
12. Pachkovskyi Yu. F. Pidpryiemnytstvo yak predmet sotsiopsykholohichnoho doslidzhennia (diialnisno-povedinkovyi aspekt) : avtoref. dys. … d-ra sotsiol. nauk : 22.00.04. Natsionalna akademiia nauk Ukrainy. Instytut sotsiolohii. Kyiv, 2004. 36 s.
13. Fedorov O. V. Formuvannia pidpryiemnytskoi kultury dyzainera v umovakh pryvatnoho vyshchoho navchalnoho zakladu : avtoref. dys. … kand. ped. nauk : 13.00.04. Cherkaskyi natsionalnyi universytet imeni Bohdana Khmelnytskoho. Chepkacy, 2011. 23 s.
14. Cherebko E. F. Osnovy predprinimatelskoj deyatelnosti. Istoriya predprinimatelstva : uchebnik i praktikum dlya SPO. Moskva : Izdatelstvo Yurajt, 2018. 420 s.
15. Shumpeter J. A. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya / perevod V. S. Avtonomova i t.d. Moskva : Direktmedia Pablishing, 2008. 401 s.

Зинькова И. Предпринимательская культура будущих специалистов сферы услуг и туризма: теоретический анализ проблемы.

В статье осуществлен теоретический анализ проблемы формирования предпринимательской культуры будущих специалистов сферы услуг и туризма. Автором проанализирован ряд научных разведок, посвященных затрагиванию проблемы, приведено объяснение понятия "предпринимательство" в современной научной литературе и нормативных документах. На основе обобщения проработанного материала выделены наиболее общие функции предпринимательской деятельности, а именно: ресурсную, организационную, инновационную,

социальную и личностную. Содержание предпринимательской культуры рассматривается как сочетание ценностной сферы личности, ее направленности, самореализации и особенностей взаимодействия с другими субъектами предпринимательской деятельности на принципах социальных и этичных норм.

Ключевые слова: *предпринимательство, предпринимательская культура, сфера услуг и туризма, профессиональная подготовка.*

Zinkova Iryna. The entrepreneurial culture of future specialists in the sphere of services and tourism: a theoretical analysis of the problem.

The article deals with theoretical analysis of the problem of forming the entrepreneurial culture of future specialists in the sphere of services and tourism. The author analyzes a number of scientific researches devoted to the problem raised, provides an understanding of the concept of "entrepreneurship" in modern scientific literature and normative documents. On the basis of generalization of the processed material, the most general functions of entrepreneurial activity are distinguished, namely: resource, organizational, innovative, social and personal. The content of entrepreneurial culture is considered as a combination of the value sphere of the individual, its orientation, self-realization and the peculiarities of interaction with other subjects of entrepreneurial activity on the basis of social and ethical norms.

The author also specifies the appointment of entrepreneurial activities in the tourism industry and service sector, namely: assessment and forecast of the needs of the tourism market and service sectors; prediction of new directions for the development of the market of hotel and restaurant services and tourist destinations; Identification of optimal volume of production and realization of tourist products and services taking into account demand, seasonality, environment conditions; the search and creation of new technologies for the production and sale of tourist products and the implementation of services to minimize costs and maximize profits.

The entrepreneur's culture of specialists in the field of services and tourism is understood by the author as an integral personal entity based on the system of value orientations and personality settings, which is conditioned by the peculiarities of activity in the field of services and tourism, implemented in cooperation with other subjects of entrepreneurial activity, defines the strategy and tactics of professional activity and self-realization in this direction.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial culture, sphere of services and tourism, professional training.*

УДК 373.3.091.33-027.22-027.556:502.2

Йовенко Ю., Коваль В. О.

ПРЕДМЕТНИЙ ГУРТОК З ПРИРОДОЗНАВСТВА ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

У статті розкрито специфіку предметного гуртка з природознавства як засобу розвитку пізнавальної активності молодших школярів. З'ясовано зміст поняття "пізнавальна активність", надано загальну характеристику предметного гуртка, проаналізовано його пізнавальний потенціал та завдання, які стоять перед ним з метою розвитку пізнавальної активності молодших школярів. Визначено основні методи та форми його роботи, розкрито тематичний зміст предметного гуртка у контексті вказаних завдань.

Ключові слова: *молодші школярі, пізнавальна активність, предметний гурток, природознавство, розвиток.*

На сьогодні зберігає актуальність проблема розвитку пізнавальної активності дітей молодшого шкільного віку, що зумовлено специфікою їх психіки, обсягом інформації, яка йому пропонується в межах навчальної діяльності, та особливостями спрямованості сучасної української освіти. Зокрема:

– по-перше, слід пам'ятати, що у дітей 6-11-річного віку переважає мимовільна увага [1, с. 118], вони активно реагують на все яскраве, нове, незвичайне [2, с. 72-73], тому розвиток пізнавальної активності в них має супроводжуватися відповідними методами, формами роботи, матеріалами, які сприяють зацікавленню дитини навчальним процесом;

– по-друге, на конкретні предмети відведена обмежена кількість навчальних годин, що, в сукупності зі значною інформаційною насиченістю шкільної програми, перешкоджає систематичному засвоєнню учнями інформації з певних галузей знань. Як результат, часто учнівські знання "є формальними й безсистемними, а учні не вміють їх використовувати на практиці, не здатні самостійно працювати" [3, с. 475]. До того ж, як стверджує М. А. Федорова, у сучасній школі "часто навчання зводиться до запам'ятовування навчального матеріалу та репродуктивного відтворення знань і прийомів дій, типових способів розв'язування завдань. Природно, що це суттєво гальмує розвиток пізнавальної активності" [1, с. 116];

– по-третє, реалізація "Національної доктрини розвитку освіти України" передбачає