

УДК 338.48 (477)

Наталія Степанівна МАРТИНОВА

кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: natakamartinova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0303-7410>

Ольга Василівна НАЗАРЕНКО

кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: olga.nazarenko.od@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7386-895X>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФОРМ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Мартинова, Н. С., Назаренко, О. В. *Особливості розвитку форм державно-приватного партнерства в індустрії туризму в Україні*. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2020. № 3-4 (74-75). С. 190–204.

Анотація. У статті обґрунтовано доцільність формування інноваційного освітнього середовища як форми державно-приватного партнерства для розвитку індустрії туризму в Україні на засадах соціального партнерства. Узагальнено вітчизняний та зарубіжний досвід співпраці профільних закладів вищої освіти з ринком праці у сфері туризму. Сформульовано основні положення щодо поняття «соціальне партнерство» в освіті, зокрема, в професійній підготовці майбутніх фахівців сфери туризму. Визначено основні перешкоди у стратегічному розвитку соціального партнерства в туристичній освіті в Україні та шляхи їх подолання з урахуванням провідного світового досвіду. Доведено, що визначальну роль у створенні дієвої системи соціального партнерства у сфері туризму та туристичній освіті відіграє держава. Ця роль полягатиме у розробці і реалізації стратегічної концепції розвитку соціального партнерства та підтримці конкретних програм співпраці між його суб'єктами. Обґрунтовано, що в підготовці кадрів для індустрії туризму України, одним з напрямів розвитку соціального партнерства на рівні закладів вищої освіти може стати створення інноваційного освітнього середовища, інтегрованого в майбутню професійну сферу. Наведено основні положення теоретичних розробок та практичного досвіду у формуванні та функціонуванні навчально-виробничого колективу як необхідної умови для ефективної співпраці представників освіти та бізнесу в підготовці кадрів для індустрії туризму. Запропоновано необхідні умови розвитку партнерських програм з професійним середовищем, спираючись на досвід підготовки фахівців для індустрії туризму на базі кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Ключові слова: індустрія туризму; туристична освіта; державно-приватне партнерство; соціальне партнерство; інноваційне освітнє середовище; навчально-виробничий колектив.

Наталія Степановна МАРТЫНОВА

кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры туристического и отельно-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: natakamartinova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0303-7410>

Ольга Васильевна НАЗАРЕНКО

*кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и отельно-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: olga.nazarenko.od@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7386-895X>*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФОРМ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Мартынова, Н. С., Назаренко, О. В. *Особенности развития форм государственно-частного партнерства в индустрии туризма в Украине.* Вестник социально-экономических исследований : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2020. № 3-4 (74-75). С. 190–204.

Аннотация. В статье обоснована целесообразность формирования инновационной образовательной среды как формы государственно-частного партнерства для развития индустрии туризма в Украине на принципах социального партнерства. Обобщен отечественный и зарубежный опыт сотрудничества профильных высших учебных заведений с рынком труда в сфере туризма. Сформулированы основные положения относительно понятия «социальное партнерство» в образовании, в том числе, в профессиональной подготовке будущих специалистов сферы туризма. Определены основные проблемы в стратегическом развитии социального партнерства в туристическом образовании в Украине и пути их преодоления с учетом передового мирового опыта. Доказано, что определяющую роль в создании действенной системы социального партнерства в сфере туризма и туристическом образовании играет государство. Эта роль будет заключаться в разработке и реализации стратегической концепции развития социального партнерства и поддержке конкретных программ сотрудничества между его субъектами. Обосновано, что в подготовке кадров для индустрии туризма Украины, одним из направлений развития социального партнерства на уровне высших учебных заведений может стать создание инновационной образовательной среды, интегрированной в будущую профессиональную сферу. Приведены основные положения теоретических разработок и практического опыта в формировании и функционировании учебно-производственного коллектива как необходимого условия для эффективного сотрудничества представителей образования и бизнеса в подготовке кадров для индустрии туризма. Предложены необходимые условия развития партнерских программ с профессиональной средой, опираясь на опыт подготовки специалистов для индустрии туризма на базе кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса Одесского национального экономического университета.

Ключевые слова: индустрия туризма; туристическое образование; государственно-частное партнерство; социальное партнерство; инновационная образовательная среда; учебно-производственный коллектив.

Natalia MARTYNOVA

*PhD in Pedagogics, Senior Lecturer of Tourism and Hotel and Restaurant Business Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: natalkamartinova@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0303-7410>*

Olga NAZARENKO

*PhD in Economics, Associate Professor, Tourism and Hotel and Restaurant
Business Department, Ukraine, Odessa National Economic University,
Ukraine, e-mail: olga.nazarenko.od@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7386-895X>*

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FORMS IN THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

Martynova, N. & Nazarenko, O. (2020). *Features of the development of public-private partnership forms in the tourism industry in Ukraine* [Osoblyvosti rozvytku form derzhavno-pryvatnoho partnerstva v industrii turyzmu v Ukraini], Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3-4 (74-75), pp. 190–204.

Abstract. *The article substantiates the feasibility of an innovative educational environment forming as a form of public-private partnership for the tourism industry development in Ukraine on the principles of social partnership. Domestic and foreign experience of specialized higher educational institutions cooperation with the labor market in the tourism sphere is summarized. The main provisions regarding the concept of «social partnership» in education, including, in the professional training of future specialists in the tourism sphere, are formulated. The main problems in the strategic development of social partnership in tourism education in Ukraine and the ways to overcome them, taking into account the advanced world experience, are determined. It is proved that the state plays a decisive role in creating an effective system of social partnership in the tourism sphere and tourism education. This role will be to develop and implement a strategic concept for the social partnership development and support the specific programs of cooperation between its subjects. It is substantiated that one of the directions of development of social partnership at the level of higher educational institutions in the training of personnel for the tourism industry of Ukraine can be creation of an innovative educational environment integrated into the future professional sphere. The main provisions of theoretical developments and practical experience in the formation and functioning of the educational and production team as a necessary condition for effective cooperation between representatives of education and business in training personnel for the tourism industry are given. Essential conditions for the development of partnership programs with a professional environment are proposed, based on the experience of training specialists for the tourism industry on the basis of the Tourism and Hotel and Restaurant Business Department of Odessa National Economic University.*

Keywords: *tourism industry; tourism education; public-private partnership; social partnership; innovative educational environment; training and production team.*

JEL classification: *O180; R130*

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.3-4\(74-75\).2020.190-204](https://doi.org/10.33987/vsed.3-4(74-75).2020.190-204)

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах соціально-економічного розвитку суспільства особливої значущості набувають тенденції інтеграції, взаємодії між його суб'єктами. Досвід розвинених країн демонструє тенденцію посилення ролі державно-приватного партнерства як форми співробітництва між державою та бізнесом в секторах соціальної інфраструктури, які мають важливе соціокультурне значення, однак, одночасно, є й потенційно прибутковими, зокрема, в індустрії туризму та туристичній освіті [1, с. 321–327].

У пошуку ефективних шляхів реформування галузевої економіки, державного управління, професійної освіти є дуже актуальним вивчення теорії і практики управління співробітництвом на всіх рівнях, визначення дієвих механізмів розвитку партнерських зв'язків та реалізація кращих ініціатив у сфері туризму та підготовки висококваліфікованих фахівців. При цьому, особливого значення набуває завдання щодо формування інноваційного освітнього середовища як форми державно-приватного партнерства. Така форма спроможна створити умови для взаємного інтересу держави, бізнесу, громад, освітніх закладів при розподілі ризиків, відповідальності та витрат в розвитку спільних проєктів та програм, в тому числі, й на засадах соціального партнерства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Різні аспекти сутності державно-приватного партнерства, а також процеси його формування та технології функціонування, вивчаються зарубіжними вченими, серед яких варто відмітити праці: С. Л. Брю, Дж. К. Гелбрейта, Дж. Кейнса, В. Леонт'єва, К. Р. Макконнелла, А. Маршалла, В. Ойкена та ін. Дослідження різних форм державно-приватного партнерства здійснили вітчизняні науковці В. Варнавський, В. Геєць, О. Головка, М. Дерябіна, С. Дрига, М. Клінова, О. Кужель, В. Ляшенко, Я. Жаліло та ін. Проблеми розвитку державно-приватного партнерства в індустрії туризму лише починають досліджуватися вітчизняними науковцями: Ю. Алексєєва, Н. Антонюк, Н. Ганич, О. Верченко, В. Гавран, С. Захарін, Л. Івашова, Є. Козловський, І. Лісіцина, М. Мальська, С. Нездоймінов, Т. Ткаченко та ін. Серед них визначимо дослідження науковця С. Нездоймінова щодо розвитку регіонального туризму на засадах державно-приватного партнерства в контексті соціальної відповідальності [2, с. 231–237], із залученням закладів науки та освіти [3, с. 622–627], а також працю вчених Є. Козловського, Т. Ткаченко щодо напрямів розвитку ефективних форм державно-приватного партнерства для реалізації туристичних проєктів, зокрема, освітніх [4, с. 78–82].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Існуючі дослідження висвітлюють теоретико-практичні та методологічні аспекти регулювання взаємодії освіти в індустрії туризму та туристичного бізнесу на рівні загальних підходів для окремих аспектів розвитку державно-приватного партнерства. Але проблеми, пов'язані з формуванням інноваційного освітнього середовища як форми державно-приватного партнерства, зокрема, на засадах соціального партнерства для розвитку індустрії туризму, розглянуті недостатньо.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні доцільності формування інноваційного освітнього середовища як форми державно-приватного партнерства для розвитку туристичного бізнесу в Україні на засадах соціального партнерства. Задля досягнення поставленої мети було визначено такі завдання: 1) узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду співпраці профільних закладів вищої освіти з ринком праці у сфері туризму; 2) обґрунтування застосування категорії «соціальне партнерство» стосовно професійної освіти у сфері туризму, визначення основних перешкод та шляхів їх подолання у стратегічному розвитку соціального партнерства в туристичній освіті в Україні, зокрема, на рівні навчального закладу; 3) узагальнення досвіду розвитку інноваційного освітнього середовища та програм взаємодії на прикладі навчального закладу задля розвитку індустрії туризму в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед основних напрямів розвитку світової туристичної індустрії виділяють зростання потреби у

висококваліфікованих фахівців для ринку праці задля прогнозованого успішного розвитку. Особливої актуальності ці прогнози набувають для України, в якій туризм розвивається як складний міжгалузевий сектор економіки. За дослідженнями вчених (В. Кифяк, І. Черніна та ін.), Україна має значний, але нереалізований туристичний потенціал, що є підґрунтям для формування стратегії подальшого розвитку сфери туризму та готельно-ресторанного господарства як високорентабельної самостійної галузі економіки та інтеграції національного ринку в світовий туристичний простір, хоча серед фахівців існує така думка, що на світовому ринку туризму Україна поки що виконує роль донора [5, с. 22].

Нажаль, незважаючи на низку ухвалених нормативно-правових документів, сьогодні можна констатувати відсутність єдиної державної програми реалізації стратегічних завдань національної туристичної індустрії, низький рівень координації механізму взаємодії різних державних органів влади, діючих у сфері туризму, та непрофесіоналізм відповідних кадрів. За висновками науковців, що вивчають проблеми розвитку туризму та туристичної освіти (В. Братюк, А. Конох, Л. Лук'янова, Н. Хмілярчук та ін.), необхідно активізувати державну підтримку в становленні та розвитку системи підготовки висококваліфікованих кадрів.

На підтвердження актуальності розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму нами було проведено опитування керівників та власників туристичних підприємств Києва та Одеси (понад 80 осіб). На основі аналізу отриманих результатів опитування можна стверджувати, що сучасний український туристичний ринок потребує професійних кадрів, зокрема, менеджерів різних рівнів управління. Респондентами підтверджено висновок нашого спостереження про низький ступінь довіри працедавців до професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму навчальними закладами.

Також результати опитування та аналіз діяльності туристичних підприємств дав можливість пересвідчитися, що, крім професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму, зокрема, менеджерів, у закладах вищої освіти (ЗВО) туристичного спрямування, в системі формальної туристичної освіти, існує професійна підготовка, що здійснюється на підприємствах сфери туризму в Україні у неформальній туристичній освіті. З'ясовано, що неформальна туристична освіта в Україні інтенсивно розвивається та є досить ефективною, що свідчить про необхідність розширення практики соціального партнерства з професійним середовищем у ЗВО туристичного спрямування.

Наукові дослідження підтверджують (Н. Бабіна, Г. Натрошвілі, С. Нездоймінов, Є. Козловський, Т. Ткаченко та ін.) що взаємодія держави та представників туристичного бізнесу на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства (ДПП) може стати одним з перспективних напрямків інтенсифікації розвитку сфери туризму в сучасних умовах.

Серед можливих форм ДПП у сфері туризму можна виділити:

- державний контракт – один з видів договору, який передбачає виконання підрядних робіт для державних потреб;
- фінансову оренду (лізинг) – одну з форм кредиту, за якої відбувається передача об'єкту власності у довгострокову оренду з подальшим правом викупу і повернення;
- орендні відносини, які спричиняють передачу чужого майна у володіння і користування тимчасово та з умовами повернення;

– концесійну угоду, як одну з найперспективніших форм ДПП, що передбачає можливість відтворення різних природних та культурно-історичних об'єктів з подальшим використанням в туристичних цілях [6, с. 92].

У світі розповсюджені декілька напрямків розвитку ефективних форм ДПП, що дозволяє залучити приватні інвестиції в економіку на загальнодержавному та регіональному рівнях для реалізації туристичних проєктів:

– модернізація та реконструкція наявної туристичної інфраструктури відповідно до вимог міжнародних стандартів;

– створення нових туристично-рекреаційних комплексів;

– створення системи кадрового супроводу розвитку сфери туризму;

– підтримка системи малого та середнього бізнесу, спрямованого на розвиток сфери туризму;

– усвідомлення необхідності розвитку сфери туризму органами законодавчої та виконавчої влади всіх рівнів [4, с. 81].

Предметом нашої пильної уваги є розгляд можливостей розвитку ДПП для створення системи кадрового супроводу розвитку сфери туризму в Україні, зокрема, на проєктному (програмному) рівні.

Для наших досліджень особливої актуальності набули питання модернізації системи професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму шляхом розвитку інноваційних освітніх структур, а саме: впровадження співпраці профільних ЗВО з професійним середовищем, ринком праці у сфері туризму (О. Бейдик, Т. Власова, Л. Сакун, В. Христюк та ін.); створення та забезпечення ефективного функціонування інноваційних освітніх середовищ (Л. Карамушка, В. Кручек, О. Шестопалюк та ін.), зокрема в туристичній освіті (Т. Анан'єва, М. Пальчук, Ю. Русаков, О. Якимович та ін.).

За результатами вивчення передового світового досвіду було з'ясовано, що інноваційний розвиток освітньої системи у сфері туризму є об'єктивною реальністю; це робить навчальний процес більш динамічним та гнучким та формує умови для випереджувальності освіти. Так, нами доведено, що у світовій практиці підготовки кадрів для сфери туризму достатньо давно сформувалися та успішно функціонують так звані корпоративні навчальні заклади (досвід Великої Британії, Ірландії, Швейцарії, Франції, США, Австралії). Основними принципами, на які спирається функціонування таких установ, є:

– ініціатива та соціальна відповідальність великих галузевих корпорацій та участь невеликих туристичних компаній у створенні та розвитку професійних шкіл в галузі туризму;

– підтримка держави, її роль в координації дій в цьому напрямку;

– активна участь багаточисельних непрофесійних об'єднань в розвитку професійної туристичної освіти, в тому числі, й шляхом контролю за освітнім процесом.

Активно реалізується відома кластерна модель розвитку співробітництва у сфері туризму та туристичній освіті. Світова практика свідчить, що в становленні та функціонуванні кластерів важливу роль відіграють навчальні заклади, на базі яких створюються різні інноваційні структури. У багатьох країнах кластерний рух здійснюється як частина державної політики у сфері туризму та туристичної освіти і постійно нарощується [7, с. 68–72].

Також одним з дієвих механізмів розвитку партнерських зв'язків та реалізації кращих ініціатив в індустрії гостинності є соціальне партнерство. Розвиток

соціального партнерства в неперервній туристичній освіті й формування вітчизняної галузі туризму як однієї з пріоритетних в економіці України та конкурентоспроможних на світовому ринку, є процесами, що не здійснюватимуться один без одного [8, с. 332].

Варто зазначити, що науковці приділяють значну увагу проблемі розвитку соціального партнерства, зокрема: з точки зору соціально-економічних відносин (М. Лукашевич, В. Новіков, Д. Стеченко та ін.), як педагогічного явища (В. Кремень, Н. Ничкало, Н. Пазюра, О. Щербак та ін.). На теоретичному рівні проблему становлення, розвитку та поширення практики соціального партнерства в сфері туризму та туристичній освіті досліджують вчені Т. Власова, Р. Голованов, В. Федорченко та ін.

У результаті аналізу теорії та вивчення практичного досвіду з визначеної проблеми дослідження сформульовано такі вихідні положення.

У нинішній системі освіти соціальне партнерство представлено як один з аспектів державно-суспільного управління освітою. В сучасних економічних системах різноманітних рівнів управління відбулися істотні зміни в методах, що використовуються державою для рішення поточних та стратегічних завдань у сфері освіти. З метою пошуку ефективних шляхів вирішення вказаних завдань державою до співпраці все активніше залучається приватний бізнес. Отже, можна говорити про необхідність розвитку державно-приватного партнерства (Private-Public Partnership) у сфері освіти – системи довгострокових відносин між державою (суб'єктами, які її представляють) та суб'єктами приватного сектору економіки з реалізації проєктів у сфері професійної освіти на основі об'єднання ресурсів та розподілу доходів або немайнових надходжень, витрат та ризиків [9, с. 35–36].

Як один із найактуальніших напрямків дослідження, соціальне партнерство в освіті має власний термінологічний апарат, який розкриває його зміст та особливості. В системі відокремлюють суб'єкти: представники влади (органи місцевого самоврядування), недержавні неприбуткові організації, бізнес-середовище, наукові установи та навчальні заклади тощо. Соціальне партнерство в освіті спирається на певні принципи, серед яких головними є рівноправність сторін і добровільність їх дій та взаємне виконання взятих на себе домовленостей. Як сучасна система, соціальне партнерство в освіті передбачає такі рівні: регіональний, галузевий, територіальний, рівень навчального закладу. Соціальне партнерство здійснюється у різноманітних формах: взаємні консультації, переговори, участь в управлінні організацією. Набуває значення обґрунтування виникнення та функціонування різних моделей соціального партнерства.

Нами визначено, що на рівні навчального закладу соціальне партнерство – це встановлення взаємин, адекватних ринковим умовам між навчальним закладом і різними суб'єктами співпраці, в тому числі й роботодавцями – споживачами підготовлених цим закладом кадрів.

Ми скористалися дослідженнями зарубіжних вчених, які здійснюються на рівні вивчення системи соціального партнерства як засобу управління професійною освітою і ринком праці у сфері туризму. Серед позитивних світових тенденцій, які сприятимуть удосконаленню національної системи професійної підготовки майбутніх фахівців для індустрії туризму, вважаємо за потрібне зробити акцент на таких як:

- впровадження системи професійної орієнтації зі школи;
- надання переваг корпоративному типу навчання;

- реалізація практичної спрямованості підготовки на всіх кваліфікаційних рівнях, починаючи з нижчого;
- забезпечення тісного контакту з профільними підприємствами (практика, сандвіч-курси, стажування, виконання консалтингових проєктів-замовлень від фахівців підприємств тощо);
- заохочення підприємницьких ініціатив у процесі навчання.

В Україні поки не створено дієвої системи соціального партнерства у сфері туризму та туристичній освіті. Існують суперечності між інтенсивним розвитком індустрії туризму в державі й екстенсивним формуванням системи підготовки профільних фахівців. Крім того, складнощі додає світова економічна криза та доволі нестабільний розвиток економіки в нашій країні. Це призводить до непрогнозованого розвитку ринку праці. З одного боку, кадрова політика туристичних підприємств України повинна бути спрямована на нарощування і розвиток персоналу (введення нових посад, професій, розподіл функцій серед співробітників і т.д.). Водночас спостерігаються й протилежні тенденції. Керівники підприємств намагаються підвищити продуктивність праці персоналу, яка досягається за рахунок поєднання посад, розширення повноважень в рамках посади, вироблення жорсткіших і гнучкіших варіантів оплати праці та їх комбінацій. Вимоги до професійного рівня претендентів на посади в туристичній сфері постійно зростають.

Тому, вважаємо, що розвиток системи соціального партнерства у професійній підготовці майбутніх фахівців сфери туризму має свою специфіку. Це, насамперед:

1. Нестійкий рівень розвитку співпраці з роботодавцями, що пов'язане з роз'єднаністю суб'єктів партнерства. До того ж, ініціаторами встановлення партнерських зв'язків поки що виступає тільки одна сторона – профільні навчальні заклади. Тому, представники роботодавців повинні стати повноцінними учасниками моделювання освітнього процесу в сфері підготовки майбутніх фахівців сфери туризму.

2. Туристичний сектор економіки – це переважно приватні підприємства малого та середнього бізнесу, що має неоднозначний вплив на розвиток партнерства та потребує пошуку полегшених, мобільних форм співпраці. Можливо, доцільно створювати навчально-тренувальні підрозділи при ЗВО, які моделюють майбутню професійну діяльність (ця форма співпраці наразі найбільш поширена серед профільних закладів), але при цьому, вважаємо, важливо не віддалятися від підприємств сфери туризму на базі, яких повинно відбуватися фактичне поєднання робочої сили та професійного середовища.

3. Індустрія туризму – одна з пріоритетних сфер розвитку української економіки. Тому формування системи соціального партнерства у сфері туризму повинно відбуватися на основі державних стратегічних програм (поки є лише проєкти), розроблених та узгоджених з урахуванням вимог усіх зацікавлених сторін. При цьому, галузевий ринок праці виступатиме як основний замовник освітніх послуг.

Головним результатом впровадження механізму соціального партнерства в підготовку майбутніх фахівців сфери туризму повинно стати проєктування ефективної багатосторонньої структури соціального партнерства як на галузевому рівні, так і на рівні окремих навчальних закладів.

Результати аналізу діяльності зі створення та функціонування інноваційних освітніх структур у провідних ЗВО, що готують кадри для сфери туризму в різних

регіонах України, дозволили зробити висновок про те, що вони знаходяться в активній фазі формування нової інноваційної структури управління, основою якої є інтегрований та відкритий навчальний простір, діючий на засадах соціального партнерства. Основною діяльністю таких закладів поступово становиться не тільки безпосередньо підготовка профільних фахівців для потреб туристичного ринку, а скоріше цільова підготовка кадрів для партнерів, з якими складаються постійні взаємовигідні зв'язки та утворюються спільні короткострокові та довгострокові комерційні проєкти, що передбачають вигоду для всіх сторін партнерства. Це підтверджується дослідженнями щодо розвитку регіонального туризму на засадах ДПП, напрямів реалізації галузевих підприємницьких проєктів та ролі науки та освіти в цьому [3, с. 626]. Профільні ЗВО мають усі передумови для створення та розвитку власної інноваційної інфраструктури: кластерів, бізнес-інкубаторів або інших інноваційних структур, які є відомими у світі, що поступово сприяє створенню системи корпоративного навчання.

Врахувавши зроблені висновки та спираючись на ґрунтовні теоретичні дослідження з: переосмислення ролі технологічного підходу до навчання; набуття значення сучасної освіти дорослих в суспільстві, зокрема, неформальної освіти; розробки методичних систем, які б вирішували завдання наближення професійної підготовки фахівців для сфери туризму до реальних вимог ринку, нами запропоновано створення інноваційного навчально-виробничого середовища, інтегрованого в майбутню професійну сферу, розвиток якого передбачає використання професійно та практично-орієнтованих технологій з метою отримання студентами професійного досвіду ще в період навчання [10, с. 13–15].

Нами обґрунтовано необхідність участі у професійній підготовці майбутніх фахівців для сфери туризму представників ринку праці, що реалізовано шляхом створення навчально-виробничого колективу як інноваційної освітньої структури у складі викладачів, представників туристичних організацій та студентів-майбутніх менеджерів туризму, в якому здійснюється спільна діяльність з вирішення реальних професійних завдань (рис. 1).

Характеризуючи компонент навчально-виробничого колективу «представники туристичних організацій», нами наголошено на наступному.

Врахування сучасних вимог та потреб туристичного ринку не можливо без залучення до співпраці у формуванні змісту навчання та організації самого навчального процесу фахівців тих самих туристичних організацій, що підтверджує практичний педагогічний досвід. При цьому, важливо враховувати бажання та здатність фахівців туристичного бізнесу виконувати функцію наставництва, його мотивацію до цієї діяльності та можливість організаційного забезпечення співпраці з навчальним закладом.

До складу соціальних партнерів ЗВО можливо залучити:

1) суб'єкт (-ти) (залежно від потреб) неформальної туристичної освіти або профільну громадську організацію як посередника між суб'єктами туристичної діяльності – комерційними організаціями та профільним ЗВО та основного партнера ЗВО;

2) суб'єкт (-ти) (залежно від потреб) туристичної діяльності – комерційних організацій як партнерів ЗВО.

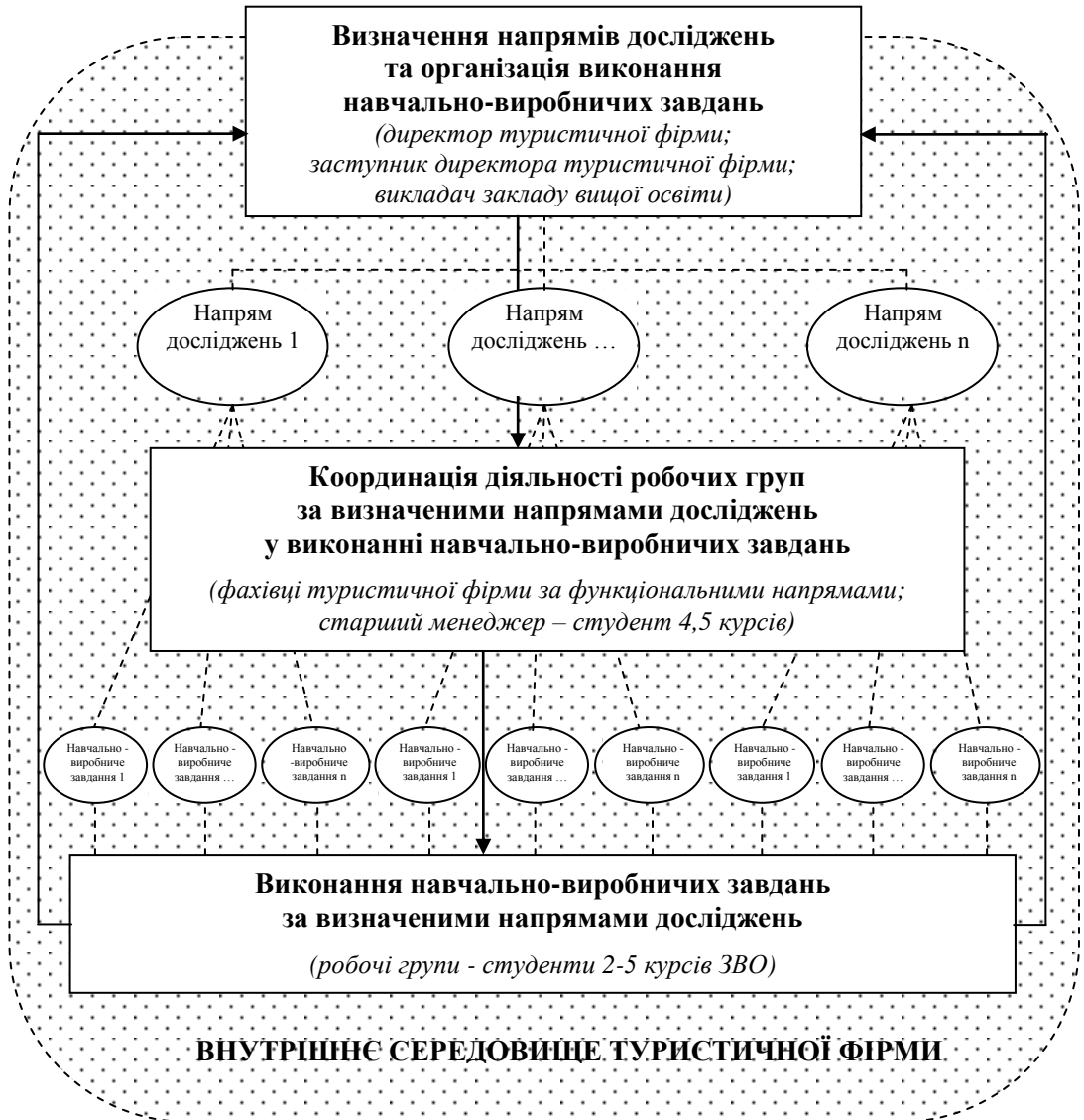


Рис. 1. Функції учасників навчально-виробничого колективу у професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму
 Джерело: розроблено авторами за даними [11, с. 34]

Відбір соціальних партнерів може здійснюватися на основі таких критеріїв:

- у першому випадку: зустрічна зацікавленість у співпраці та розуміння керівництвом громадських організацій необхідності встановлення партнерських зв'язків у форматі «ЗВО – ринок праці»; досвід роботи таких організації повинен складати не менш 3-років; вони повинні бути відомими та визнаними у професійних колах, повинні мати з комерційними підприємствами тісний зв'язок на загальногалузевому, регіональному або місцевому рівні, для того щоб забезпечити для студентів можливість доступу до передових знань та досвіду в обраній професії; розуміння соціального значення встановлення партнерських зв'язків з ЗВО (значною мірою не комерційний, не прибутковий, а соціальний проект);

– у другому випадку: підприємства-туристичні оператори з досвідом роботи не менш 5-років, відомі та визнані у професійних колах; кількість персоналу – не менше 10 осіб; наявність офісного приміщення та наявність робочих місць, за якими можливо розмістити не менше трьох студентів одночасно; розгалужена структура управління; інноваційність в розвитку організації, застосування новітніх технологій в процесі створення, просування та продажу туристичного продукту; зустрічна зацікавленість у співпраці та розуміння керівництвом комерційної організації необхідності встановлення партнерських зв'язків у форматі «ЗВО – ринок праці»; розуміння соціального значення встановлення партнерських зв'язків із ЗВО (значною мірою не комерційний, не прибутковий, а соціальний проект).

Відповідно до розробленої авторської методики професійної підготовки майбутніх менеджерів туризму, основний зміст діяльності представника туристичної організації-соціального партнера можна звести до системи дій згідно з етапами методики. Серед них, зокрема, на підготовчому етапі варто виділити:

- участь у формуванні цілей та завдань професійної підготовки майбутніх менеджерів туризму з урахуванням тенденцій розвитку сфери туризму;
- спільно із ЗВО розробка програми співробітництва (сприяння отриманню інформації, консультування викладачів тощо);
- первинна експертна оцінка компетенцій студентів та деякі інші.

На основному етапі варто виділити:

- участь у складанні та затвердженні плану дослідження стану діяльності туристичної фірми-партнера та перспектив її розвитку;
- надання доступу до інформації щодо стану та особливостей діяльності суб'єкту туристичної діяльності-партнера ЗВО;
- сприяння у виконанні та в рамках навчально-виробничого колективу виконання завдань та деякі інші.

На заключному етапі варто виділити:

- повторна експертна оцінка компетенцій студентів після спільної навчально-виробничої діяльності;
- надання висновків та рекомендацій щодо результатів кількісної та якісної оцінки динаміки формування готовності до виконання реальних професійних завдань туристичних організацій та деякі інші [11, с. 60–84].

При дослідженні було доказано ефективність участі у професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму представників ринку праці, що підтвердилося результатами незалежного експертного оцінювання, яке було проведено з метою більш об'єктивної оцінки готовності до майбутньої професійної діяльності. Також було наголошено на необхідності управління участю у професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму представників ринку праці як процесом, що сприяє формуванню системи відносин між професійною освітою та ринком праці; визначено провідну роль в цьому профільних ВНЗ та їх викладачів [10, с. 12–13].

Запропоновані положення успішно реалізуються в процесі професійної підготовки фахівців для сфери туризму за напрямками підготовки 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм» на кафедрі туристичного та готельно-ресторанного бізнесу (ТтаГРБ) Одеського національного економічного університету (ОНЕУ). Так, розроблено та запропоновано для апробації «Програму практичної підготовки фахівців для індустрії туризму Одеського регіону» (далі – Програма).

Мета Програми – підготовка фахівців, готових до здійснення професійної діяльності у сфері економіки та управління туризмом:

- для роботи в реальних умовах ринку;
- компетентних в рішенні професійних завдань;
- здатних самостійно та успішно організовувати підприємницьку діяльність.

Концепція Програми – набуття професійного досвіду в економіці та управлінні в індустрії туризму ще в період навчання в умовах створеного навчально-виробничого середовища, головними складовими якого є:

- реалізація стратегії соціального партнерства з підприємствами сфери туризму;
- впровадження сучасних технологій навчання, включаючи ті, які використовуються в системі неформальної туристичної освіти;
- активізація пізнавальної діяльності студентів, залучення їх до вирішення типових і нестандартних професійних проблем для реальних туристичних підприємств.

Реалізація програми здійснюється за наступними етапами:

Етап 1. Розробка та використання комплексу практикоорієнтованих ігрових технологій навчання в процесі підготовки молодших бакалаврів, бакалаврів і магістрів за відповідними напрямками.

Етап 2. Розробка та освоєння стратегії соціального партнерства (побудова навчального процесу на основі тісної співпраці «ЗВО – профільне об'єднання суб'єктів турбізнесу); створення інноваційного навчально-виробничого середовища.

Етап 3. Створення центру практичної підготовки на базі ЗВО (на основі співпраці з одним із провідних (і/або групою) вітчизняних підприємств індустрії туризму), який стане власним виробничим майданчиком для придбання студентами практичного досвіду в майбутній професійній діяльності.

Серед розповсюджених у туристичних ЗВО видів інноваційних структур (навчальні лабораторії, віртуальні тренажери, навчальні тренінгові об'єднання тощо) для підготовки майбутніх фахівців для індустрії туризму на кафедрі віддають перевагу створенню та розвитку мобільних майданчиків, діючих в спеціальному середовищі, основна функція яких – навчально-виробнича діяльність за проектним принципом в рамках партнерських програм з представниками туристичного бізнесу (студентські стартапи).

Зазначимо також на доцільності виокремлення напрямів таких програм за регіональною складовою з метою сприяння розвитку перспективних та прибуткових для Одеського регіону видів туризму, зокрема: медичного, ділового, аграрного, активних видів туризму, туризму для дітей та молоді тощо. Такі дослідження вже здійснюються викладачами кафедри [12, с. 5–6], зокрема, в напрямі обґрунтування розвитку освітніх кластерів в туристичному секторі економіки Одеського регіону.

Виходячи з аналізу існуючого досвіду створення дієвих схем соціального партнерства у вітчизняних ЗВО та досвідом, отриманим на базі кафедри ТтаГРБ ОНЕУ, необхідними умовами розвитку партнерських програм з професійним середовищем є:

- внесення змін в організаційну структуру ЗВО, з урахуванням всіх складових підготовки, в тому числі, у сфері партнерства, тобто стимулювання створення інтегрованих інноваційних структур ЗВО (навчально-виробничих фірм, лабораторій, філій кафедр на базі провідних підприємств, віртуальних підприємств тощо);

- вдосконалення навчальних планів та програм з метою оптимальної побудови навчального процесу з урахуванням практики партнерства;
- вдосконалення практичної складової підготовки студентів, зокрема, забезпечення комплексною практикою та стажуванням в різних туристичних регіонах;
- забезпечення належного засвоєння студентами інформаційно-технологічної складової підготовки (доступ до сучасних інформаційно-пошукових систем, систем бронювання та забезпечення можливості роботи в них, сприяння набуттю активних навичок роботи зі спеціальними програмними продуктами сфери туризму);
- організація та підтримка науково-дослідної діяльності студентів в обраних професійних напрямках;
- стимулювання відповідних структурних підрозділів ЗВО (відповідні кафедри, відділ практики, відділ працевлаштування) у використанні в навчальному процесі реальних проєктів під замовлення підприємств сфери туризму – баз практики (у вигляді курсових проєктів, дипломних або магістерських робіт, поточних виробничих завдань);
- здійснення постійного обміну студентами з іншими профільними ЗВО в різних кутках світу (з метою співставлення досвіду обслуговування туристів та вивчення різних культур), встановлення широких міжнародних зв'язків, в тому числі, активна участь у профільних міжнародних програмах (наприклад, TEMPUS, TACIS тощо);
- забезпечення підтримки органами державної влади розробки і впровадження різних інноваційних проєктів спільно з МОНМС України, а також активна діяльність ЗВО в діючих державних програмах та проєктах;
- соціально-психологічна підготовка та консультації студентів щодо питань партнерства та працевлаштування.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, нами наголошено на необхідності управління участю у професійній підготовці майбутніх фахівців для індустрії туризму представників ринку праці як процесом, що сприятиме формуванню системи відносин між професійною освітою та ринком праці; визначено провідну роль в цьому профільних ЗВО та їх викладачів. Підготовка фахівців-універсалів, яким надана можливість набути професійного досвіду період навчання, є ключовою особливістю програми підготовки майбутніх фахівців для індустрії туризму на кафедрі ТтаГРБ ОНЕУ. Основним засобом для реалізації програми вважаємо створення та розвиток інноваційних освітніх структур на засадах соціального партнерства.

Соціальне партнерство у сфері туризму та туристичній освіті розглядається нами як участь різноманітних державних, комерційних, суспільних організацій та підприємств індустрії туризму, в тому числі, закладів освіти, а також окремих осіб у спільній розробці рішень та збалансованій розподіленій відповідальності. Одна з головних перешкод у розвитку партнерських зв'язків між суб'єктами туристичної діяльності в Україні полягає в тому, що не створено механізмів, які б допомагали розподілити цю відповідальність. Соціальне партнерство у вітчизняній сфері туризму і туристичній освіті має декларативний, несистемний характер та здійснюється поки що за окремими ініціативами профільних навчальних закладів без належної підтримки з боку держави та бізнес-середовища; всі суб'єкти соціального партнерства роз'єднані. Тому, вважаємо, що потребує ґрунтового

дослідження успішний світовий досвід поширення практики соціального партнерства на всіх рівнях та адаптування його до вітчизняних умов з урахуванням національних та регіональних особливостей. У взаємовідносинах в системі соціального партнерства освіта – держава – бізнес-середовище повинна бути визначальною роль держави.

Саме вітчизняна індустрія туризму, сукупність її суб'єктів, визначають специфіку змісту системи соціального партнерства. Це вимагатиме створення ефективної багатосторонньої структури соціального партнерства. На рівні профільних ЗВО одним з напрямів розвитку соціального партнерства може стати створення інноваційного навчально-виробничого середовища, інтегрованого в майбутню професійну сферу, розвиток якого передбачає використання професійно та практично-орієнтованих технологій навчання та отримання студентами професійного досвіду ще в період навчання.

Проведене дослідження не вичерпує проблеми пошуку можливостей розвитку ДПП для створення системи кадрового супроводу розвитку індустрії туризму в Україні. Подальшого дослідження потребує обґрунтування теоретико-методичних підходів до формування моделі корпоративного освітнього середовища як форми державно-приватного партнерства в індустрії туризму.

Література

1. Мельник М. І. *Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій* : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2012. 568 с.
2. Нездоймінов С. Г., Андреева Н. М. *Державно-приватне партнерство у сфері рекреації та туризму в контексті соціальної відповідальності*. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія: у 2-х т. / За заг. ред. Г. Г. Півняка; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2014. Т. 2. С. 231–237.
3. Нездоймінов С. Г., Александрочкіна П. О. *Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму*. Економіка та суспільство. 2018. № 18. С. 622–627.
4. Козловський Є. В., Ткаченко Т. І. *Особливості управління проектами в сфері туризму на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства*. Інвестиції : практика та досвід. 2019. № 9. С. 78–82.
5. Телетов О. С., Косолап Н. Є. *Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні*. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 1. С. 21–34.
6. Бабина Н. А., Натрошвили Г. Р. *Развитие туризма на основе механизмов государственно-частного партнерства*. Modern Science – Moderni veda. 2017. № 7. С. 91–94.
7. Давиденко І. В. *Туристичні кластери як напрям регулювання туристичного бізнесу*. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 28. Ч. 1. С. 68–72.
8. Федорченко В. К. *Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму* : монографія / За ред. Н. Г. Ничкало. К. : ВД «Слово», 2004. 472 с.
9. Романова Г. М., Апухтин А. В., Нубарян Г. Д. *Формирование корпоративной образовательной среды как формы частно-государственного партнерства в гостиничном бизнесе* : монографія. Москва : ИНФРА-М, 2012. 204 с.
10. Мартинова Н. С. *Ігрові технології в професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Київ, 2015. 21 с.
11. Мартинова Н. С. *Використання ігрових професійно орієнтованих технологій навчання у професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму* : метод. рекомендації. Луганськ : Глобус, 2014. 94 с.

12. *Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів* : монографія / За заг. ред. І. В. Давиденко і О. Л. Михайлюк. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2020. 497 с.

References

1. Melnyk, M. I. (2012). *Formation of business environment of Ukraine in the conditions of institutional transformations*: monograph [Formuvannia biznes-seredovyshcha Ukrainy v umovakh instytutsiinykh transformatsii: monohrafiia], IRD NAN Ukrainy, Lviv, 568 s. [in Ukrainian]
2. Nezdoiminov, S. H. & Andrieieva, N. M. (2014). *Public-private partnership in the field of recreation and tourism in the context of social responsibility* [Derzhavno-pryvatne partnerstvo u sferi rekreatsii ta turyzmu v konteksti sotsialnoi vidpovidalnosti], Sotsialna vidpovidalnist vlady, biznesu, hromadian: monohrafiia u 2 tomakh, Tom 2, NHU, Dnipropetrovsk, pp. 231–237 [in Ukrainian]
3. Nezdoiminov, S. H. & Aleksandrochkina, P. O. (2018). *Public-private partnership as a vector for regional tourism development* [Derzhavno-pryvatne partnerstvo yak vector rozvytku rehionalnoho turyzmu], *Ekonomika ta suspilstvo*, No. 18, s. 622–627 [in Ukrainian]
4. Kozlovskiy, Ye. V. & Tkachenko, T. I. (2019). *Features of project management in the field of tourism based on the public-private partnership mechanisms using* [Osoblyvosti upravlinnia proektamy v sferi turyzmu na osnovi zastosuvannia mekhanizmiv derzhavno-pryvatnoho partnerstva], *Investitsii: praktika ta dosvid*, No. 9, s. 78–82 [in Ukrainian]
5. Tielietov, O. S. & Kosolap, N. Ye. (2012). *Features and prospects of tourist services marketing in Ukraine* [Osoblyvosti ta perspektyvy marketynhu turystychnykh posluh v Ukraini], *Marketynh i menedzhment innovatsii*, No. 1, s. 21–34 [in Ukrainian]
6. Babina, N. A. & Natroshvili, G. R. (2017). *Tourism development based on private-public partnership mechanisms* [Razvitie turizma na osnove mekhanizmiv gosudarstvenno-chastnogo partnerstva], *Modern Science – Moderni veda*, No. 7, s. 91–94 [in Russian]
7. Davydenko, I. V. (2018). *Tourist clusters as a direction of tourist business regulation* [Turystychni klasteri yak napriam rehuliuвання turystychnoho biznesu], *Prychornomorski ekonomichni studii*, Vyp. 28, Ch. 1, s. 68–72 [in Ukrainian]
8. Fedorchenko, V. K. (2004). *Theoretical and methodical bases of specialists preparation for tourism sphere*: monograph [Teoretichni ta metodychni zasady pidhotovky fakhivtsiv dlia sfery turyzmu: monohrafiia; za red. N. G. Nichkalo], VD «Slovo», Kyiv, 472 s. [in Ukrainian]
9. Romanova, G. M., Apukhtin, A. V. & Nubaryan, G. D. (2012). *Formation of a corporate educational environment as a form of private-public partnership in the hotel business*: monograph [Formirovanie korporativnoy obrazovatelnoy sredy kak formy chastno-gosudarstvennogo partnerstva v gostinichnom bisnese: monografiya], INFRA-M, Moskva, 204 s. [in Russian]
10. Martynova, N. S. (2015). *Gaming technology in vocational training of future managers of tourism*: Author's thesis [Ihrovi tekhnologii v profesiinii pidhotovtsi maibutnykh menedzheriv turyzmu: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk], Kyiv, 21 s. [in Ukrainian]
11. Martynova, N. S. (2014). *The use of game professionally oriented learning technologies in the training of future tourism managers: methodical recommendations* [Vykorystannia ihrovykh profesiino oriientovannykh tekhnologii navchannia v profesiinii pidhotovtsi maibutnykh menedzheriv turyzmu: metod. rekomendatsii], Globus, Luhansk, 94 s. [in Ukrainian]
12. Davydenko, I. V. & Mikhailiuk, O. L. (eds.) (2020). *Conceptual approaches to the organization and activity of tourist clusters*: monograph [Kontseptualni pidkhody do orhanizatsii turystychnykh klasteriv: monohrafiia; za red. I. V. Davydenko, O. L. Mikhailiuk], FOP Guliaieva V. M., Kyiv, 497 s. [in Ukrainian]