

УДК 378.014:741

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ КУЛЬТУРИ В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ГІДІВ-ЕКСКУРСОВОДІВ

Коваленко Олександр, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

ORCID: 0000-0003-1043-6679

E-mail: olexkovalenko@ukr.net

Єрємєнко Андрій, кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри хореографії та музично-інструментального виконавства Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

ORCID: 0000-0002-4349-4288

E-mail: yeremenko.acco@gmail.com

У статті розглянуто особливості формування ділової культури в процесі фахової підготовки майбутніх гідів-екскурсоводів; визначено поняття ділової культури, її аспекти та компетенції. У роботі також визначено, що формування ділової культури майбутнього гйда-екскурсовода під час фахової підготовки знаходить більш повне відображення в інтеграції культурологічного та компетентнісного підходів, оскільки саме у межах останнього ми отримуємо конкретну форму результату – компетентність майбутнього гйда-екскурсовода в сфері ділової культури.

Ключові слова: культура, ділова культура, гід-екскурсовод, фахова підготовка, культурологічний підхід, компетентнісний підхід, культура особистості, професійна компетентність.

PECULARITIES OF FORMATION OF THE BUSINESS CULTURE IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE GUIDES

Kovalenko Oleksandr, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Chair of Fine Arts, Musicology and Cultural Studies; Sumy State A. S. Makarenko Pedagogical University.

ORCID: 0000-0003-1043-6679

E-mail: olexkovalenko@ukr.net

Yeromenko Andrii, PhD in Art History, Senior Lecturer of the Chair of Choreography, Musical and Instrumental Performance; Sumy State A. S. Makarenko Pedagogical University.

ORCID: 0000-0002-4349-4288

E-mail: yeremenko.acco@gmail.com

The article considers the peculiarities of the formation of business culture in the process of professional training of future guides. This article defines the concept of business culture, its aspects and competencies. This paper also determines that the formation of business culture of the future guide during professional training is more fully reflected in the integration of cultural and competency approaches, because it is within the latter we get a specific form of result – the competence of the future

guide in business culture. It states that business culture is a multifaceted, sociocultural phenomenon of modern social life, the understanding of which is reflected in many scientific fields: philosophy, culturology, ethics, history, and psychology. Due to the integration of knowledge, business culture accumulates a new semantic integrity, which is necessary to comprehend the modern reality of social, cultural, business interaction. The article also notes that from the standpoint of education, it is a component of the general culture of the individual and business culture is the professional culture of the specialist. In essence, it considers the business culture of the individual as a value attitude to the objects of business culture, which consists of knowledge, values and norms. In addition, it notes that the effectiveness of the formation of business culture of future guides is determined by the specifics of business culture. They are the formation of business culture competencies: sociocultural, value-based, social creativity, business interaction, business communication, personal and professional growth. It gives an opportunity to rethink the result of the process of forming the business culture of the future specialist of tourist support, namely the guide. The result of the relevant humanistic paradigm of education and the requirements of stakeholders for the training of a specialist is his competence in the field of business culture as a component of general socio-professional competence.

Keywords: *culture, business culture, guide, professional training, culturological approach, competence approach, personality culture, professional competence.*

Перехід країни до ринкової економіки, а також інтеграція нашої країни в світовий економічний простір призвели до виникнення нових форм ділових відносин. Питання про узгодження особистих, групових, суспільних інтересів є важливою складовою ділової взаємодії, націленої на досягнення загального успіху, а компетентність фахівця будь-якого профілю в галузі ділової культури є невід'ємною частиною професійної підготовки.

Вплив бізнесу стрімко поширюється на всі сфери матеріального і духовного життя людини, вивчення процесу ділової взаємодії в суспільстві, ділових відносин стає актуальним для всіх напрямів діяльності людини, зокрема і в сфері обслуговування та індустрії розваг, а формування ділової культури майбутніх фахівців у процесі навчання набуває в сучасних умовах особливого значення, сприяючи встановленню цивілізованих ринкових відносин, соціально-відповідальної, етичної, культурної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми, показав, що змістовне поле ділової культури широко представлено в роботах вітчизняних і закордонних учених, як-от М. Бахтіна, В. Біблера, Р. Ботавіна, С. Булгакова, М. Вебера, Н. Зарубіної, М. Кагана, Ю. Рубіна, М. Тевене, П. Шихирева та інших. Однак, як свідчить аналіз робіт, наявні дослідження відображають лише окремі аспекти ділової культури: комунікативний, управлінський, етичний, історичний, релігійний, що не дає цілісного уявлення про цей феномен, лише частково, фрагментарно розкриваючи сутнісний зв'язок ділової культури з особистістю людини.

Педагогічне осмислення концепту «ділова культура» у його теоретичному та емпіричному ракурсах активно здійснюється в сучасній вітчизняній науці, але сконцентровано у вузькій сфері освіти, націленої на підготовку кадрів лише для бізнесу (Л. Євенко, С. Філонович, С. Щенніков, П. Шихирев та інші). Обумовлена власною специфікою бізнес-освіта не дає можливості широкого застосування розроблених нею навчальних програм в умовах різнопрофільності інших галузей. Отже, необхідно створити деякий загальний алгоритм у процесі формування ділової культури майбутніх гідів-екскурсоводів, який легко переноситься в конкретні умови закладу освіти. Таким чином, можна говорити про недостатність висвітлення теоретичних орієнтирів, за

якими можна цілеспрямовано здійснювати формування ділової культури майбутніх фахівців туристичного супроводу, а саме гідів-екскурсоводів.

Метою написання статті є визначення особливостей формування ділової культури в процесі фахової підготовки майбутніх гідів-екскурсоводів.

Якщо детально розглянути питання, зазначені в меті нашого дослідження, то, враховуючи обставини, що склалися нині, можна констатувати, що існують протиріччя між:

- потребою сучасного суспільства у фахівцях, які мають високий рівень ділової культури, і реальною професійною підготовкою фахівців сфери обслуговування та індустрії розваг, що не забезпечує належного рівня;
- потребою освітньої практики у формуванні ділової культури майбутнього фахівця та недостатньою розробленістю теорії формування ділової культури фахівців туристичного супроводу (гідів-екскурсоводів) і навчально-методичного забезпечення цього процесу.

Виявлені нами протиріччя дозволяють визначити основну проблему дослідження: яким повинен бути процес формування ділової культури майбутнього фахівця сфери обслуговування та індустрії розваг, а саме гідів-екскурсоводів, щоб підвищити ефективність підготовки такого фахівця в сучасних умовах.

Проведений нами в попередніх дослідженнях контент-аналіз визначення «ділова культура» дозволяє зробити висновок про те, що ділова культура в найширшому сенсі – це культура ділової взаємодії, яка обумовлена різними видами суб'єктно-об'єктних, суб'єкт-суб'єктних відносин, що знаходяться під впливом багатьох чинників: історичних, економічних, соціокультурних, психологічних, політичних та інших.

Широкий спектр впливів детермінується багатоаспектним складом ділової культури, який знаходить відображення в сучасному професійному утворенні, у змісті соціальних і гуманітарних дисциплін: філософії, етики, культурології, соціології, психології, історії. Досліджуючи їхній зміст, ми дійшли висновку, що ділова культура в них представлена у таких аспектах:

- 1) комунікативний – розглядає ділову культуру в різних ракурсах ділового спілкування: інформаційному, інтерактивному, перцептивному. Виражається взаємозумовленістю мови та культури, а також як модель поведінки, яка тісно пов'язана з поняттями «етикет», «діловий протокол», «імідж»;
- 2) управлінський – проявляє себе через розуміння культури як важливого чинника досягнення ділового успіху. У закордонній і вітчизняній науковій теорії представлені поняттями «корпоративна культура», «організаційна культура», «культура підприємства»;
- 3) етичний – зміщує акцент на норми та цінності ділової культури;
- 4) історичний – спрямований на вивчення історично можливих форм та способів прояву ділової культури;
- 5) релігійний – розкриває вплив релігійних чинників на зміст ділової культури.

Кожен аспект може бути самостійним науковим дослідженням у межах заданої теми. Однак цілком очевидно, що жоден з них зовсім не вичерпує всього «обсягу» ділової культури, а лише відкриває її окремі сторони.

Наше дослідження носить інтегративний характер, згідно з яким ділова культура розглядається як цілісне (у всьому його різноманітті) явище сучасного суспільного життя, обумовлене об'єктивною реальністю. Таким чином, вона є компонентом соціально-наукового та гуманітарного знання й повинна включатися у зміст освіти для

професійно-особистісної орієнтації молодшої людини в умовах модернізації суспільства та поширення ринкових відносин у всіх сферах матеріального і духовного життя [1, с. 31].

З позиції освіти, зокрема з точки зору формування ділової культури майбутнього гіда-екскурсовода, концепт «ділова культура» розглядається нами як «ділова культура особистості» (мікрорівень ділової культури). Сутність, зміст і структура ділової культури розкриваються нами у цьому контексті. Сутність ділової культури детермінується двома поняттями, її складовими: «культура» і «діло».

Відповідно до першого поняття – «культура», ділова культура є невід'ємною частиною загальної культури особистості та відповідає всім сутнісним ознакам культури, серед яких ми виділяємо антропологічну, діяльнісну, аксіологічну, особистісно-творчу, системно-цілісну ознаки ділової культури. Антропологічна ознака розкривається в діловій культурі як ознака, що властива кожній людині; діяльнісна ознака ділової культури передбачає наявність ділової активності і її суб'єктів; аксіологічна ознака ділової культури надає цій активності сенс і цінність, а особистісно-творча – направляє ділову активність на перетворення природного і соціального середовища, в якому розвивається та реалізує себе особистість. Системно-цілісна ознака ділової культури вказує на той факт, що будь-яка культура постає як система, що складається з підсистем: знань, цінностей, норм, що зі свого боку визначає зміст і структуру ділової культури особистості, надає їй феноменологічну цілісність [2, с. 158].

Отже, актуалізуючи в діловій культурі сутнісні ознаки культури, ми можемо сформулювати перше положення: ділова культура є компонентом загальної культури особистості. Таким чином, виявляється культурологічна функція ділової культури, спрямована на розвиток базової культури особистості.

Згідно з другим визначенням – «діло», ділова культура – це культура бізнесу. «Business» у перекладі з англійської означає «справа, яку виконують для отримання прибутку». В умовах ринкової економіки бізнес стає широко поширеним видом професійної діяльності, охоплюючи різні рівні організації сучасної економіки та проникаючи в усі сфери діяльності. З цієї точки зору ділова культура виступає як професійна культура фахівця – основного суб'єкта ділової взаємодії та творця ефективної системи ділових відносин [3, с. 87].

Таким чином, ми обґрунтували друге положення: ділова культура – це професійна культура фахівця. У цьому випадку поряд з культурологічною проявляється й прагматична функція ділової культури, яка полягає в підвищенні конкурентних переваг фахівця, що володіє культурою ділової взаємодії.

Розглядаючи бізнес як єдину систему взаємообумовлених відносин, зміст ділової культури особистості ми визначаємо як ціннісне ставлення до об'єктів ділової культури, яка складається зі знання про об'єкти (світ, людина, справа та інші) (когнітивний компонент), її оцінки на основі ціннісних орієнтацій особистості (аксіологічний компонент) і реальної ділової взаємодії, побудованої на сукупності соціальних норм, правил, стандартів (нормативно-поведінковий компонент). У сукупності знання, цінності та норми детермінують розвиток особистих та професійних якостей, необхідних для створення «ідеального» образу ділової людини (характерологічний компонент).

Виходячи з розуміння сутності та змісту ділової культури особистості, а також з

огляду на функції ділової культури в професійно-особистісному становленні майбутнього гід-екскурсовода, як теоретико-методологічного підходу, що визначає змістовне ядро дослідження, нами було обрано культурологічний підхід.

Однак для проектування освітнього процесу однієї змістовної компоненти недостатньо. Відповідно до принципу орієнтації на споживача важливим і необхідним елементом у підвищенні якості освіти є вимоги зацікавлених сторін – замовників освітніх послуг. У контексті нашого дослідження – це держава, роботодавці й самі майбутні фахівці туристичного супроводу, а саме гід-екскурсоводи.

Проведений нами аналіз вимог до якості підготовки майбутніх гід-екскурсоводів, а також загальне дослідження сучасної парадигми освіти показали, що головним критерієм оцінки якості освіти фахівця слугує відповідність його особистісних, професійних та ділових характеристик потребам життя, включно з потребами самого фахівця, виробництва, суспільства, що фіксується в понятті «соціально-професійна компетентність», однією зі складових якої є компетентність фахівця у галузі ділової культури. Під компетентністю фахівця в сфері ділової культури ми розуміємо інтегральну особистісну характеристику людини, що розкриває себе у взаємодії знань, цінностей, норм ділової культури, сформованих у контексті загальної і професійної культури фахівця.

За своєю структурою компетентність гід-екскурсовода в галузі ділової культури є сукупністю компетенцій ділової культури. Компетенція розуміється нами як загальна здатність, заснована на знаннях, досвіді, цінностях, які набуті завдяки навчанню. Вона має динамічну структуру і задається певним колом детермінант з урахуванням очікувань замовників освітніх послуг. Тож ми виділили такі компетенції ділової культури: соціокультурна компетенція, ціннісно-змістова компетенція, компетенція соціальної творчості, компетенція ділової взаємодії (у ракурсі етики), компетенція ділового спілкування (у ракурсі комунікації), компетенція особистого і професійного зростання.

Зміст кожної з компетенцій ділової культури представлений сукупністю [4, с. 147]:

- знань (когнітивний аспект – опанування знань про зміст ділової культури);
- відносин (ціннісно-змістовний аспект – ставлення до змісту ділової культури, представлене в категоріях «установка», «готовність», «здатність»);
- поведінки (поведінковий аспект – досвід прояву ділової культури в різноманітних стандартних і нестандартних ситуаціях);
- особистих якостей (характерологічний аспект – особисті риси характеру, здібності, ціннісні установки і переконання, ментальні моделі, спільне бачення).

Таке трактування дозволяє вибудувати відповідність між характеристиками компетентності та змістом ділової культури майбутнього фахівця, що надає процесу формування ділової культури необхідної цілісності.

Таким чином, з упевненістю можна сказати, що формування ділової культури майбутнього гід-екскурсовода під час фахової підготовки знаходить повніше відображення в інтеграції культурологічного та компетентнісного підходів, оскільки саме в межах останнього ми отримуємо конкретну форму результату – компетентність майбутнього гід-екскурсовода у сфері ділової культури.

Інтеграція культурологічного та компетентнісного підходів має ряд переваг:

вона дозволяє зберегти спадкоємність між загальногуманітарною і професійною освітою; виробити адекватний критеріально-діагностичний апарат оцінки ефективності процесу формування ділової культури та забезпечити його програмування відповідно до вимог зацікавлених сторін, за допомогою чого досягається нова якість у підготовці фахівця, компетентного в галузі ділової культури.

Проведене нами дослідження проблеми формування ділової культури в процесі фахової підготовки майбутніх гідів-екскурсоводів дозволило зробити наступні висновки:

По-перше, ділова культура є багатоаспектним, соціокультурним феноменом сучасного суспільного життя, осмислення якого знаходить відображення у багатьох наукових сферах: філософії, культурології, етиці, історії, психології. Завдяки інтеграції знань ділова культура акумулює нову змістову цілісність, яка необхідна для досягнення сучасної реальності соціальної, культурної, ділової взаємодії. З цієї точки зору ділова культура розглядається нами не як вузьке спрямування професійної культури бізнесу, а як компонент соціально-наукового і гуманітарного знання, призначений для широкого кола фахівців.

По-друге, з позиції освіти ділова культура розглядається нами як ділова культура особистості, сутність якої розкривається в двох положеннях: ділова культура – це компонент загальної культури особистості; ділова культура – це професійна культура фахівця. За змістом ділова культура особистості визначається як ціннісне ставлення до об'єктів ділової культури і складається із знань, цінностей і норм. Структура ділової культури особистості представляється як взаємозв'язок когнітивного, аксіологічного, нормативно-поведінкового і характерологічного компонентів.

По-третє, ефективність формування ділової культури майбутніх гідів-екскурсоводів визначена специфікою ділової культури фахівців, яка полягає у формуванні компетенцій ділової культури: соціокультурної, ціннісно-змістовної, соціальної творчості, ділової взаємодії, ділового спілкування, особистого та професійного зростання, що дає можливість по-новому осмислити результат процесу формування ділової культури майбутнього фахівця туристичного супроводу, а саме гйда-екскурсовода. Результатом відповідної гуманістичної парадигми освіти та вимогам зацікавлених сторін до професійної підготовки фахівця є його компетентність у сфері ділової культури як компонента загальної соціально-професійної компетентності.

Загалом теоретичний аналіз проблеми нашого дослідження поставив перед нами перспективне завдання розробки моделі формування ділової культури майбутнього фахівця сфери обслуговування, а саме гйда-екскурсовода, та її апробації в освітньому процесі, чому будуть присвячені наступні етапи нашої роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бибик С., Сюта Г. Сучасна ділова культура. Київ: Фоліо, 2019. 432 с.
2. Кислюк К. В. Сучасна культурологія: навч. посіб. Київ: Кондор, 2016. 341 с.
3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
4. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування: навч. посіб. Київ: Знання, 2005. 442 с.

REFERENCES

1. Bibik, S., Suta, G. (2019). Suchasna dilova kultura. Kyiv: Folio [in Ukrainian].
2. Kisluk, K. V. (2016). Suchasna kulturologia. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
3. Palekha, Yu. I. (2008). Etika dilovikh vidnosin. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
4. Tchaika, G. L. (2005). Kultura dilovogo spilkuvannya. Kyiv: Znannya [in Ukrainian].