

підприємницьку діяльність, працю колективу, уміння орієнтуватися в нормах і етиці трудових відносин, наполегливість при виконанні різних видів діяльності. Комплекс ключових компетентностей у сфері туризму представляється як складник ієрархічної структури професійної компетентності фахівця.

Список використаних джерел

1. Баніт Ю. Формування підприємницької компетентності у процесі практико-орієнтованої підготовки студентів: особистісно-діяльнісний аспект. *Молодь і ринок*. 2019. № 8. С. 129–135.
2. Майковська В. І. Конструювання засобів реалізації моделі формування підприємницької компетентності фахівців. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Педагогічні науки*. 2018. № 1. С. 99–106.
3. Попова О. В., Золотухіна С. Т. Формування підприємницької компетентності студентів у процесі професійної підготовки. *Педагогіка та психологія*. 2020. Вип. 63. С. 111–121.
4. Середіна І. Підприємницька компетентність майбутніх бакалаврів з економіки підприємства як науково-педагогічна проблема. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка*. 2018. № 16. С. 94–100.
5. Стрельніков М. Розвиток підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування засобами проєктивної освіти. *Педагогічні науки*. 2016. Вип. 66–67. С. 104–110.

ТРАНСКУЛЬТУРНІ МУЗЕЇ ЯК ОБ'ЄКТ ТУРИЗМУ

В. І. Дмитренко

vitapoltava79@gmail.com

кафедра географії, методики її навчання та туризму Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, м. Полтава

Туристична сфера, стрімко розвиваючись, приваблює все більше нових відвідувачів. Безперечно, одним із найважливіших туристичних об'єктів є музеї як носії культурної та пізнавальної інформації. Вони відіграють ключову роль у привабленні туристів, які бажають не лише відпочити, а й розширити свої знання про культурні надбання людей тієї країни, якою вони подорожують. Завдяки музейним експозиціям відвідувачі у стислому вигляді мають змогу познайомитися з історією, культурою та мистецтвом різних епох та народів.

Безперечно, музеї можна назвати найбільшими сховищами реальних пам'яток історії, матеріальної і духовної культури. А разом із тим й важливими об'єктами туристичної діяльності. Адже часто саме для того, щоб відвідати найпопулярніші музеї, туристи приїжджають до країни [1, с. 605].

Музеї привертають туристів своєю унікальністю та різноманітністю експонатів. Тому відвідування музеїв стає не просто відпочинком, але й освітнім заходом, який допомагає розширити світогляд та збагатити духовний світ. Більше того, навіть коли ціллю поїздки туриста є інша мета, він, будучи у новій країні чи місті, обов'язково відвідає цікавий музей.

У такому ключі особливої ваги набувають транскультурні музеї, орієнтовані на показ культурної різноманітності епохи, народу, країни. Вони

виходять з нового розуміння поняття «музейний простір» – процес або досвід, що існує й поза стінами музею, конструюючи нову модель комунікації на основі особистих суб'єктивних взаємовідносин. В рамках такого підходу музейні працівники не надають відвідувачам знання в готовому вигляді, а разом конструюють їх. За такої комунікації неодмінно враховується ідентичність відвідувача. Такі музеї у сучасному світі виступають як агенти соціальної інклюзії [3, р. 49].

У процесі культурної інклюзії, як вказує Р. Санделл, вирізняються три ключові аспекти: представлення культурної спадщини різних груп у межах загальної культурної області країни; можливість всім верствам суспільства брати участь у створенні культурних елементів; доступність культурної спадщини для всіх громадян [3, р. 49–50]. Саме вони найповніше реалізуються в транскультурних музеях. Адже такі інституції здатні представити суспільство як сукупність окремих етнокультурних та релігійних груп, що відрізняються своїм стилем життя, але, водночас, є складником сучасного соціуму.

Прикладами успішних закордонних транскультурних музеїв вважаються Лувр (Париж, Франція) – один з найвідоміших музеїв у світі, що містить колекції мистецтва з різних епох та культур; Метрополітен Музей Мистецтв (Нью-Йорк, США) – збирає твори мистецтва з усього світу, представляючи різноманітні культури та епохи; Британський національний музей Британії (Лондон, Велика Британія) – фокусується на історії та культурі Великої Британії, а також на її взаємодії з іншими культурами; народний музей Антропології (Мехіко-Сіті, Мексика) – досліджує культури та традиції мексиканських та інших народів Латинської Америки; народний музей Шанхая (Шанхай, Китай) – презентує культурну спадщину Китаю та її взаємодію з іншими культурами; музей арабського мистецтва та культури (Доха, Катар) – відображає мистецтво та культуру країн Близького Сходу та Арабського світу тощо.

Ці музеї дійсно популярні серед туристів. Зокрема, Музей Лувр у Парижі 2018 року відвідали 10,2 мільйона туристів, що є найвищим показником у світі упродовж цього року. Левову частину відвідувачів, а саме біля 75%, становили іноземці [2].

Україна теж має кілька цікавих транскультурних музеїв, що представляють різноманітні аспекти культурної спадщини та взаємодію з іншими культурами. Поміж них назвемо – музей історії релігії (м. Київ) – присвячений вивченню та демонстрації історії релігійного життя в Україні та світі, показує вплив різних релігійних традицій на культурний та соціальний розвиток країни; етнографічний музей ім. І. Франка (м. Львів) – зберігає та виставляє колекції матеріальної культури різних етнічних груп, що мешкали на території України, демонструє різноманітність та взаємодію різних культур у регіоні; музей Івана Гончара (м. Київ) – присвячений українському мистецтву та культурі, але також має експозиції, що відображають взаємодію та вплив інших національних та культурних традицій на українське мистецтво.

Таким чином, музеї відіграють важливу роль у туристичній сфері, створюючи унікальні можливості для пізнання та розвитку. А транскультурні

музеї стають особливим магнітом для туристів, оскільки вони пропонують унікальні можливості дослідження та вивчення культурного різноманіття. Вони не лише вражають своїми колекціями артефактів, а й створюють атмосферу відкритості та взаєморозуміння, що сприяє активному обміну досвідом та ідеями між відвідувачами із різними культурними традиціями. Музеї можуть виконувати не лише роль майданчика для відображення культурного різноманіття суспільства, але і стати місцем дискурсу та дискусій навколо актуальних і спірних тем сучасності, з метою їх переосмислення та збагачення новими поглядами та інтерпретаціями. Усе це сприяє розвитку толерантності та культурного розуміння.

Список використаних джерел

1. Бескровна Е. Р., Ярмолюк Д. І. Музеї як об'єкти краєзнавчо-туристичної діяльності. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/20.-pr-my-ta-per-vy-roz-ku-tur-mu-s.-3.pdf> (дата звернення: 30.03.2024).
2. Лувр встановив рекорд та став найбільш відвідуваним музеєм світу. URL: <https://tsn.ua/tourism/luvr-vstanoviv-rekord-ta-stav-naybilsh-vidviduvanim-muzezem-svitu-1275243.html> (дата звернення: 29.03.2024).
3. Sandell R. Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change. *Museum and Society*. 2003. № 1 (1). P. 45-62. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/44b6/ab547da9e2bfc77dc26ad360a725253b0e0.pdf?_ga=2.86368408.1406533435.1565942526-129888389.1

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Л. В. Дробиш

puet.drobysh@gmail.com

*кафедра туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету
економіки і торгівлі, м. Полтава*

Ефективність господарської діяльності підприємства залежить від прагнення його персоналу досягти найкращого результату. Тому ефективність функціонування та розвиток підприємства залежить від рівня кваліфікації персоналу, його професійного розвитку, умінь та здібностей кожного працівника. Відповідно сучасні підприємства мають віддавати перевагу тим працівникам, які достатньо компетентні у сфері своєї діяльності та мають сформовані підприємницькі навички і достатній рівень мотивації. Саме тому рівень професіоналізму фахівця нині повинен визначатися не за освітніми документами, а за підприємницькими компетенціями, його особистими якостями (компетенціями) у відповідній сфері діяльності.

На часі особливо важливим для підприємств будь-якої галузі є переосмислення традиційних систем управління персоналом та швидке впровадження змін. З огляду цього першочерговим завданням для туристичних підприємств є забезпечення високопрофесійним персоналом. На нашу думку, рушійним чинником у вирішенні даного питання є використання компетентнісного підходу у підготовці фахівців для сфери туризму та