

патентування і ліцензування важливих для народного господарства результатів науково-дослідної роботи.

Література

1. Значення академічного підприємництва у розвитку малого бізнесу. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
2. Nabi G., 2015. From student to entrepreneur: towards a model of graduate entrep-reneurial career-making / Journal of Education and Work. vol. 3. P. 22–38.
3. Sikula A.F., 2016. The professor as an artist, a scientist, and an entrepreneur. vol. 3. P. 23-44.
5. Wood M.S., 2014. A process model of academic entrepreneurship / Business Horizons. vol.54. P. 153–161.

Примітка: науковий керівник - Коломієць О.П., асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

СПІВПРАЦЯ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ОСВІТНІЙ ЕЛЕМЕНТ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Гринюк Вікторія

асистент кафедри туризму

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
victoriagrynuk@gmail.com*

Розвиток туризму як на рівні окремих туристичних напрямків, так і на рівні підприємницьких структур стає дуже актуальним. Для збільшення попиту на відвідування різних туристичних локацій, об'єктів природної та історико-культурної спадщини підприємствам потрібно пропонувати цікаві пропозиції для своїх споживачів, зокрема можливість поєднувати заплановану подорож з освітою, вивченням мови, підвищенням кваліфікації та залучення стейкхолдерів в освітній процес.

Проблеми розвитку туристичної діяльності розглядали такі вчені: В. Азар, М. Біржаков, Д. Боуен, М. Боруцак, Л. Шульгіна, А. Мазаракі, Д. Мейкенз, С. Мельниченко, Т. Ткаченко, В. Худо, В. Явкін, Л. Дмитришин [1].

На сьогоднішній день постає завдання надати студентам якісні знання та спектр практичних навичок для реалізації їх як кваліфікованих фахівців в галузі туризму шляхом співпраці із стейкхолдерами.

Зовнішні стейкхолдери освітніх програм університету – це особи або організації які зацікавлені у якійсній підготовці фахівців вищим навчальним закладом. Вони мають змогу рецензувати освітні програми в частині фахової підготовки, але не втручаються в процедури здійснення освітнього процесу та академічної складової щодо формування результатів навчання із інтегральних та загальноосвітніх компетентностей здобувачів вищої освіти.

У більшості випадків найбільш важливими групами стейкхолдерів є співробітники (включаючи і керівництво) університету, студенти (внутрішні стейкхолдери), споживачі освітніх послуг, випускники, інвестори, батьки студентів, організації-партнери, засоби масової інформації (зовнішні стейкхолдери).

Відмінність у сприйнятті стейкхолдерами поняття «якість» лежать в основі непорозумінь і конфліктів між різними суб'єктами забезпечення якості. Питання, чи повинні всі групи стейкхолдерів активно займатися процесом забезпечення якості і на яких етапах, досі є дискусійним [2].

Різниця у сприйнятті якості вищої освіти з позицій різних стейкхолдерів наочно представлена Д. Гріном. Так, кожна група стейкхолдерів має свою точку зору на визначення

якості. Наприклад, студенти можуть асоціювати якість з освітньою програмою, за якою вони навчаються, із навчальним процесом, спільним студентським досвідом. І навпаки, роботодавці, як правило, більше стурбовані якістю з точки зору кінцевого продукту, тобто кваліфікацією випускників. Викладачі, з іншого боку, можуть більше турбуватися про освітні стандарти та досконалість викладання навчальних дисциплін [3].

Також стейкхолдерів можна умовно розділити на основних та непрямих зацікавлених. До основних належать власники, персонал, місцеві суспільства, клієнти, постачальники та бізнес-партнери. До непрямих – всі інші, тобто ЗМІ, професійні об'єднання, активісти, конкуренти, органи державного управління, некомерційні та суспільні організації.

Діалог із стейкхолдерами відіграє важливу роль, адже дозволяє краще розуміти їхні очікування та використовувати цільовий підхід до формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

В результаті, при ефективній співпраці зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів є можливість популяризувати відомі та маловідомі туристичні об'єкти країни, створювати нові туристичні маршрути, проводити якісну рекламну кампанію, залучати молодь для проведення екологічних акцій та просвітницької діяльності щодо збереження культурної спадщини.

Література

- 1.Гризівська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Економіка та управління підприємствами. Випуск 26-1. 2018. С.115-118.
2. Sencila, V. Lithuanian experience in Internal Quality Assurance. Presentation presented at the EURASHE Seminar, Bucharest, Romania. 2013.
- 3.Harvey, L., Knight, P. Transforming higher education. Society for Research into Higher Education. 1996.

УЧАСТЬ СТЕЙКХОЛДЕРІВ У РОЗРОБЦІ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ «ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

Шевченко Сергій Олексійович,
*д.держ.упр.н., професор, заслужений працівник освіти України,
завідувач кафедри управління та адміністрування
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,
alphabet7373@gmail.com*

Кришень Олена Вікторівна,
*к.держ.упр.н., заслужений економіст України,
директор департаменту соціального захисту населення
Дніпропетровська облдержадміністрація,
gupczn@adm.dp.gov.ua*

Нинішні політичні, економічні, геополітичні, екологічні, соціальні та технологічні зміни ставлять безпрецедентні виклики перед державою й особистістю, сферою публічного управління та адміністрування. Оновлення кадрового потенціалу в регіонах щороку сягає близько 25%, до них слід додати значну частку лікарів, педпрацівників, керівників комунальних установ, які за умовами конкурсу призначаються на керівні посади за наявності управлінської освіти. Це слугує обґрунтуванням гарантованого запиту на безпосередню участь стейкхолдерів щодо вибору цілей та програмних результатів навчання за освітніми програмами за спеціальністю «Публічне управління та адміністрування» та дозволяє привести їх у відповідність до тенденцій розвитку спеціальності та ринку праці.