

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-277-7-99>

**MODERN APPROACHES TO THE TRAINING OF BACHELORS
IN THE FIELD OF TOURISM IN THE CONTEXT
OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY**

**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ
У СФЕРІ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІКИ**

Kashyna G.

*Doctor of Pedagogical Sciences,
Associate Professor,
Head of the Department of Special
Tourism Disciplines
Academy of Labour, Social Relations
and Tourism
Kyiv, Ukraine*

Кашина Г.

*доктор педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри спеціальних
туристичних дисциплін
Академія праці, соціальних відносин
і туризму
м. Київ, Україна*

Перманентні економічні процеси, кризові та інтеграційні трансформації національної економіки зумовлюють контекст розвитку туристичної системи України і визначають необхідність врахування трендів інформаційного простору та спрямування стратегій розвитку суб'єктів туристичної діяльності до глобального середовища.

У сучасній туристській галузі посилюється попит на кваліфікованих фахівців, які мають вміння та навички роботи в цифровому середовищі. Тому одним із рекомендованих підходів до якісної підготовки бакалаврів у галузі туризму та гостинності є її комп'ютеризація.

Інформаційні системи, не будучи по суті основними складовими професійної підготовки майбутніх фахівців туристській галузі, проте досить глибоко проникають у сутність сучасної туристської освіти. Це викликано, передусім, об'єктивними змінами у особливостях праці у сфері туризму. Так, у промислово розвинених європейських країнах впровадження інформаційних технологій у діяльність туристських та готельних підприємств поступово призводить до трансформації їх організаційно-управлінської системи. Співробітники підприємства, перебуваючи у процесі виконання тих чи інших функцій, сьогодні, як правило, здійснюють більшість комунікаційних процесів шляхом

обміну електронною інформацією і насамперед це стосується інформації, що має економічну спрямованість.

Цифрові технології відіграють всезростаючу роль для виробництва, просування і реалізації туристських продуктів та визначили необхідність широкого застосування цифровізації у туристичній галузі як якісно нової концепції. Суб'єкти туристського бізнесу недостатньо активно звертаються до засобів цифрових технологій з метою зниження рівня ризиків управління і ведення такого бізнесу: практично не реалізують необхідні для успішного розвитку функції цифрових технологій, як моніторинг факторів зовнішнього середовища, у тому числі вивчення потреб споживачів, дистрибуція послуг, дослідження кон'юнктури ринку, не використовують переваги цифрових технологій (штучний інтелект, віртуальні пропозиції, автономна доставка, блокчейн, криптовалюта, нейроінтерфейси, мобільні додатки тощо), використання яких дозволить вирішити стратегічні маркетингові та управлінські завдання суб'єктів туристського бізнесу, консолідувати зусилля суб'єктів туристичної діяльності для забезпечення стійкого економічного зростання, адаптації до турбулентних умов ведення бізнесу та формування конкурентних переваг як на закордонному, так і внутрішньому ринку послуг.

Теоретичні та прикладні засади впровадження цифрових технологій в туристському бізнесі характеризуються багатовекторністю, суттєвими протиріччями та потребують формування концепції, адаптації її основних положень у систему важелів та інструментів цифрового управління у туризмі.

Цифрова трансформація є однією з ключових проблем, що стоять перед сучасною галуззю туризму. Потреба використовувати цифрові технології для розробки та впровадження нових управлінських моделей змушує підприємства туристичної галуззі переоцінити наявні можливості, їх структури та культуру, щоб визначити, які технології є актуальними та як вони будуть запроваджені в організаційних процесах та пропозиціях.

Швидкість, з якою цифрові технології породжують нові продукти та послуги, відповідає лише їх здатності розширювати охоплення та діапазон соціальних взаємодій через цифрові інфраструктури та платформи. Підприємства туристичної галуззі відчувають потребу не тільки у зміні існуючих управлінських моделей, але й розробленні та впровадженні нових різних цифрових маркетингових моделей для

задоволення мінливих потреб клієнтів, які вимагають як гнучкості, так і персоналізації туристських продуктів і послуг.

Такий процес передбачає:

- часткову відмову від традиційних практик, у яких працівники підприємств туристичної галуззі та клієнти звикли взаємодіяти, та перехід до принципово нових моделей;

- переоцінку наявних професійних навичок і здібностей працівників та керівників підприємств туристичної галуззі в контексті цифровізації та способів їх поєднання, що дає можливість враховувати міждисциплінарний характер інноваційних освітніх продуктів і послуг;

- врахування можливостей нових технологій у створенні абсолютно нових ціннісних пропозицій та моделей, які принципово змінюють підходи до ведення туристського бізнесу.

По мірі того, як більшість інформації оцифровується, а цифрові пристрої прискорюють поширення та потужність її обробки, відкривається поле для освітніх інновацій, на якому поєднуються фізичні та цифрові компоненти. Незважаючи на те, що більшість технічних бар'єрів зникла, а цифрова трансформація освіти розширюється з новими можливостями, проте застосування технологій в освітньому процесі автоматично не приносить додаткової зручності в освітньому процесі чи цінності освітньому продукту, якщо не переглянуто контекст, у якому вони впроваджуються, та як отримати практичні результати від їх впровадження.

Цифровізація у мережі Інтернет підприємств туристського бізнесу необхідно розглядати у двох вимірах:

- для нематеріальних продуктів чи послуг, що виробляються без фізичного входу матеріалів і виробництва як такого, постачаються через мережу; у мережі; підтримка яких відбувається за допомогою мережі. В цьому випадку цифровий туризм буде повноцінною теорією та організацією діяльності, виступаючи окремим і сукупним комплексом туристичних послуг в даному середовищі.

- для матеріальних продуктів, а також послуг, що надаються не у віртуальному світі, цифровізація туристських послуг, в першу чергу, буде видом комунікацій, навіть якщо виступатиме єдиним каналом та передбачатиме комплекс заходів із власною методологією організації.

Одним із найбільш перспективних інструментів для підприємств туристського бізнесу є хостингові та «хмарні» технології. Дані новації дозволяють економити фінанси за рахунок скорочення капітальних інвестицій. Це особливо актуально в наш час, оскільки в останні роки

все більше вітчизняних підприємств намагаються мінімізувати інвестиції в розвиток своєї інфраструктури. І хоча «хмарні» технології поки що використовують лише 25% менеджерів вітчизняних підприємств, проте багато з них планують перейти на цю технологію або вивчають її переваги.

Зберігання інформації на віддалених серверах або в «хмарі» – одна з основних світових тенденцій в ІТ-галузі, вона дозволяє, з одного боку, надійно зберігати і ефективно управляти корпоративними даними. З іншого – швидко збільшити обсяг сховища інформації за необхідністю. Метою цифрової трансформації організаційних механізмів управління підприємства із застосуванням цифрових технологій є втілення успішної довгострокової бізнесстратегії підприємства туристського бізнесу на інноваційних засадах, що передбачає активізацію інноваційного розвитку та перехід звичних робочих процесів на якісно новий рівень.

Таким чином, означені напрями цифровізації туристських підприємств визначають освітню стратегію у підготовці майбутніх фахівців туристичної галузі, що ґрунтується на застосуванні цифрових інструментів у професійній діяльності.

В результаті впровадження вищезазначених систем у процес підготовки бакалаврів у галузі туризму можна говорити про формування у студентів наступних професійних якостей та умінь:

- вибір найефективнішого шляху стратегічного розвитку туристських підприємств із використанням спеціалізованих комп'ютерних програм;
- проведення комплексної економічної оцінки діяльності туристських підприємств;
- планування та прогнозування економічної ефективності діяльності туристських підприємств;
- володіння методиками оцінки підприємницьких та фінансових ризиків та управління ними;
- використання сучасних принципів організації та методів управління фінансами туристичних підприємств для регулювання соціально-економічних об'єктів, процесів та явищ в умовах ринкової економіки;
- використання сучасних інформаційних методик оцінки інвестиційних проєктів;
- використання сучасного програмного забезпечення для розробки та реалізації фінансово-управлінських рішень та оцінки їх ефективності тощо.

Література:

1. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 24 – Сфера обслуговування, спеціальність 242 – Туризм. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-Turizm-bakalavr.21.01.22.pdf>
2. Kashyna, H., Lebedeva, V., & Kashtalian, M. (2017). Simulation Teaching Technology In Modern Educational System Reformation. *Науково-практичний журнал «Наука і освіта»*, № 26(6). Pp. 57–62. Ukraine.
3. Kudenko O., Makhortov Yu., Tiukhtii M., Kashina G., Ablova O. Assessment of target segments of enterprises in the regional market in terms of attractiveness. *International journal of scientific & technology research*. ISSN 2277-8616. 2020. Volume 9, Issue 03. Pp. 3275–3280.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-277-7-100>

**THE ROLE OF EDUCATION IN THE DEVELOPMENT
OF THE DIGITAL ECONOMY****РОЛЬ ОСВІТИ У РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Kyrchata I. M.

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor Economy
and Entrepreneurship
Kharkiv National Automobile
and Road University
Kharkiv, Ukraine*

Кирчата І. М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки
і підприємництва
Харківський національний
автомобільно-дорожній
університет
м. Харків, Україна*

Сучасний розвиток економіки відбувається під впливом нових глобальних фінансово-економічних та технологічних змін і більшість розвинених країн світу для збільшення своєї конкурентоспроможності, підвищення ефективності економіки, поліпшення якості життя свого населення прагнуть використовувати різні інноваційні технології, у тому числі інформаційні та телекомунікаційні, виробничі та медичні, освітні та комунікаційні, що будуть задіяні в переході до нового етапу розвитку та адаптації до цифрової економіки. Проте без узгодження інтересів усіх сторін, зацікавлених у розвитку цифрової економіки, та