

2. RURITAGE-INCULTUM. <https://www.ruritage.eu/networking-2/incultum/attachment/incultum/>
3. Інноваційний туризм на периферії Європи. https://incultum-eu.translate.google/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc
4. INCULTUM и Туризм 4.0 для Чорного моря. https://www-digitalmeetsculture-net.translate.google/article/tourism-4-the-black-sea/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc
5. CREATOUR Развитие креативного туризма в малых городах и сельской местности. https://ces-uc-pt.translate.google/en/investigacao/projetos-de-investigacao/projetos-financiados/creatour?_x_tr_sl=pt&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc

УДК 330.131

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ВІРТУАЛЬНА ЗАЙНЯТІСТЬ В ТРАЄКТОРІЇ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ СТУДЕНТІВ-ТУРИСТІВ

Г.О. Крапівіна, кандидат наук з державного управління, доцент
Приазовський державний технічний університет, м. Дніпро, Україна

Ключові слова: цифровізація, віртуальна зайнятість, віртуальна професія, траєкторія працевлаштування, нестандартні форми зайнятості

В сучасних умовах траєкторія працевлаштування студентів-туристів значно залежить від рівня оволодіння ними процесами цифровізації та програмними ресурсами, необхідних для засвоєння професій віртуальної зайнятості, і морально-психологічної їх підготовки до основної праці в віртуальних умовах після закінчення ЗВО. [1, с. 147-155]

Але в багатьох навчальних закладах, від школи до ЗВО, в наявності застарілі інформаційні технічні засоби та програмне забезпечення, немає викладачів з ІТ-освітою, навчальні програми не розглядають викладання ІТ першочерговим (тому процеси цифровізації викладають фахівці з інших дисциплін як додаткові до основних предметів спеціальності). А це зовсім не ті знання з цифровізації, які можуть допомогти студентам-туристам визначитися в новому цифровому світі та створити власну індивідуальну траєкторію працевлаштування на ринку віртуальної зайнятості. [2, с. 59-62; 3, с. 119-124]

Органи державного управління: Міністерство цифрової трансформації України, Міністерство освіти та науки України та проект EU4DigitalUA з майбутнього навчального року впроваджують пілотний проект оновлення викладання предмета інформатики в перших 50 українських школах, який планується з навчального 2023-2024 року реалізувати на загальнодержавному рівні.

Місцеві державні органи також активно сприяли включенню в навчальні плани ЗВО підготовки студентів-туристів (а також інших

спеціальностей) підвищення можливостей їх кар'єрного руху та урізноманітнення створення ними індивідуальних траєкторій працевлаштування. В Маріуполі студенти-туристи Приазовського державного технічного університету мали можливість створювати 3D-екскурсії та оцифровувати туристичні об'єкти. Для цього в університеті було обладнано унікальну для України лабораторію цифровізації в туризмі, історії та культурі при грантовій підтримці проектів Агентства США з міжнародного розвитку (USAID): «Демократичне управління в Східній Україні» та «Економічна підтримка Східної України».

В сьогоднішні процеси цифровізації є частиною низки дисциплін підготовки студентів-туристів, зокрема: «Філософія туризму», «Міжкультурні комунікації в туризмі». Навчальним планом підготовки магістрів-туристів передбачено подальше засвоєння процесів цифровізації в туризмі («Сервісологія» тощо). [5, 6]

Це дозволяє почати створювати ІТ-платформу, де будуть зібрані та постійно оновлюватимуться сучасні знання з туризму, що дуже важливо, бо інформація, яка є, завтра буде вже не актуальною. А одночасне оновлення всіх навчальних програм та методичної документації дуже важке.

Але аналіз світового досвіду показує, що така платформа має бути онлайн-платформою, давати студентам-туристам знання з віртуальних професій, що дозволить їм стати в рамках власних індивідуальних траєкторій працевлаштування носіями ринку нестандартних форм віртуальної зайнятості, а викладачі ЗВО при викладанні дисциплін навчального плану мають мотивувати, заряджати та допомагати студентам-туристам освоювати ці траєкторії (рис. 1).

Оновлення дисциплін з використанням процесів цифровізації та засвоєння віртуальних професій допоможе студентам-туристам легко знайти себе в сучасному світі, розвивати країну, отримувати достойну оплату праці і стати потрібними фахівцями на ринку праці. Так, до впровадження лабораторії цифровізації в туризмі, історії та культурі в Приазовському державному технічному університеті були залучені кращі українські та міжнародні експерти, а також представники ІТ-кластерів та ІТ-асоціацій України, які допомагали викладачам та студентам-туристам ДВНЗ створити новий контент та впровадити нові цифрові технології для навчання та оцінки знань студентів-туристів.

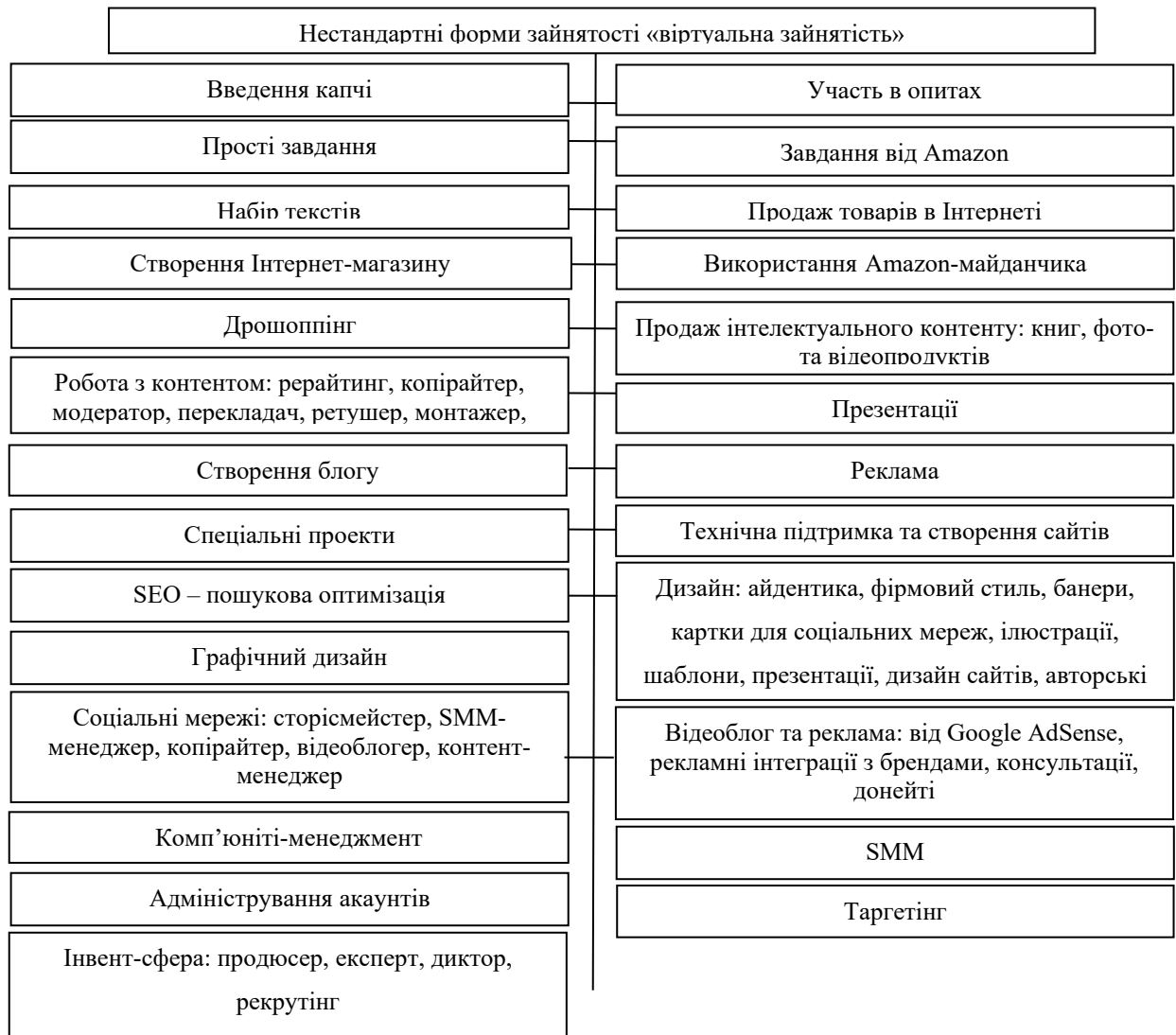


Рис. 1. Складові нестандартної форми зайнятості «віртуальна зайнятість»

Список використаних джерел

1. Борецька Н. Напрями дослідження туристично-рекреаційної сфери як об'єкта державного управління / Н. Борецька, Г. Крапівіна // Економічний вісник Донбасу. №3(65), 2021. С. 147-155.
2. Крапівіна Г. Системно-онтологічний аналіз державного управління зайнятістю населення в сучасних умовах / Г. Крапівіна // Економіка та держава: серія Державне управління. №4(12), 2019. С 59-62.
3. Крапівіна Г. Логіко-семантична модель наочної області механізмів державного управління зайнятістю в сучасних умовах / Г. Крапівіна // Економіка та держава: серія Державне управління. №3(15), 2020. С. 119-124.
4. Крапівіна Г.О. Дефініції детермінант нестандартних форм зайнятості: відносно проста віртуальна зайнятість / Г. Крапівіна // Економіка та держава: серія Державне управління. №1(17), 2021. С. 31-38.

5. Крапівіна Г. Міжкультурні комунікації, волонтуризм та спортивний туризм. Модуль «Цифровізація / Г. Крапівіна. Маріуполь: ПДТУ, 2021. 40 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://umm.pstu.edu/handle/123456789/22714>
6. Сервісологія: конспект лекцій / уклад. Г. О. Крапівіна. Маріуполь: ПДТУ, 2021. 69 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://umm.pstu.edu/handle/123456789/23824>

УДК 338.48

АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

В.В. Костинець, доктор економічних наук, доцент

О.В. Когут, здобувач вищої освіти, 4 курс

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: туристичний маркетинг, туризм, маркетинг, економіка, туристичний продукт.

Ефективне функціонування туристичного бізнесу неможливе без супроводу інструментів туристичного маркетингу. Туристичний маркетинг – це збірна назва, що дається різним маркетинговим стратегіям, які використовуються підприємствами в туристичній індустрії. Метою туристичного маркетингу є просування бізнесу, виділення його з-поміж конкурентів, залучення клієнтів та підвищення впізнаваності бренду чи туристичної торгової марки.

Всесвітня туристична організація виділяє три головні функції маркетингу у туризмі:

1. Встановлення контактів із клієнтами
2. Розвиток;
3. Контроль [1].

Встановлення контактів з клієнтами ставить за мету переконати їх у тому, що передбачуване місце відпочинку та існуючі там служби сервісу, повністю відповідають тому, що бажають отримати самі клієнти.

Розвиток передбачає проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові шляхи збуту. У свою чергу подібні нововведення повинні відповідати потребам та уподобанням потенційних клієнтів

Контроль передбачає аналіз результатів діяльності з просування послуг на ринок та перевірку того, наскільки ці результати відображають успішне використання наявних у сфері туризму можливостей.

Сутність маркетингу полягає в тому, що пропозиції туристичних послуг в обов'язковому порядку мають орієнтуватися на споживача, а також узгоджувати можливості підприємства щодо вимог ринку.

З нашої точки зору, досить логічним та обґрунтованим є таке визначення туристичного маркетингу: маркетинг у туризмі – це система