

# PEDAGOGICAL SCIENCES

## ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ БАКАЛАВРІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ТУРИЗМ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

*Слатвінська Л.А.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*кафедра технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна*

*Збиранник О.М.*

*старший викладач,*

*кафедра бізнес адміністрування, маркетингу і туризму*

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Україна*

## THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCES OF BACHELORS IN TOURISM SPECIALISATION IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF UKRAINE

*Slatvinska L.,*

*Ph. D. PhD in Economics Associate Professor*

*The Department of Technologies and Organization of Tourism  
and Hotel and Restaurant Business,*

*Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Ukraine*

*Zbyrannyk O.*

*senior lecturer*

*The Department of Business Administration, Marketing and Tourism*

*Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, Ukraine*

### АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано сучасні передумови, що впливають на формування концепції підготовки конкурентоспроможних фахівців для індустрії туризму. Охарактеризовано основні підходи формування освітнього продукту з урахуванням очікувань здобувачів вищої освіти і працедавців в індустрії туризму.

Встановлено, що для відповідності між реальними знаннями, вміннями та навичками випускника закладу вищої освіти за бакалаврською освітньою програмою Туризм, яких він набуває під час навчання й очікуваннями ринку праці, необхідно збалансувати формування і розвиток «компетенції жорстких навичок», «компетенції м'яких навичок», «компетенції цифрових навичок» («hard skill competencies», «soft skill competencies», «digital skill competencies») як освітнього продукту, який отримує здобувач з метою проведення професійної діяльності в індустрії туризму та особистісного розвитку, що у свою чергу відображає рівновагу інтелектуального та практичного змісту освітнього процесу.

### ABSTRACT

The article analyzes modern prerequisites affecting the formation of the concept of training competitive specialists for the tourism industry. The main approaches to the formation of an educational product are characterized, taking into account the expectations of higher education students and employers in the tourism industry.

It has been established that in order to match the real knowledge, abilities and skills of a graduate of a higher education institution with a bachelor's degree in Tourism, which he acquires during his studies and the expectations of the labor market, it is necessary to balance the formation and development of "hard skill competencies", "soft skill competencies", "digital skill competencies" as an educational product that the acquirer receives for the purpose of carrying out professional activities in the tourism industry and personal development, which in turn reflects the balance of intellectual and practical content of the educational process.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність фахівців, індустрія туризму, освітній продукт, «компетенції жорстких навичок», «компетенції м'яких навичок», «компетенції цифрових навичок».

**Keywords:** competitiveness of specialists, tourism industry, educational product, «hard skill competencies», «soft skill competencies», «digital skill competencies».

В умовах біфуркаційних змін від індустріального до цифрового суспільства розвиток інформаційного простору та інформаційних технологій стає вектором й стратегією економічного зростання, забезпечення фінансової та соціально-політичної стабільності, підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності учасників відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності,

збільшуються обсяги інформації доступної суб'єктам туристичної діяльності.

Туризм представляє собою складну екосистему, яка складається із багатьох учасників: off-line та on-line постачальників інформації та послуг (туристичні бюро, цифрові платформи, постачальники туристичних технологій), туристичні агенти і туро-

ператори, постачальники послуг з розміщення, організації з управління туристичними дестинаціями, пасажирські перевезення.

Туризм є четвертою за розмірами експортної категорії ЄС і дає опосередковані вигоди для Європейської економіки в цілому, а саме: 1 євро доданої вартості, яку створює туризм та формує додатково 56% додаткової вартості, яка вливає і на інші галузі.

Досягнення в сфері технологій стимулюють інновації, зростання і глобалізацію у туристичній сфері та наповнюють іншим змістом поняття подорожей в цілому. Очевидним є і те, що в епоху глобальної цифрової трансформації діджитал-комунікації набувають значимості та стають стратегічним імперативом для фахівців макро-, мезо- та мікро-рівнях у сфері туризму.

Тимчасове припинення туристичної діяльності у 2020 р., особливо у сфері міжнародного туризму, призвело до певних побоювань учасників ринку стосовно перспектив розвитку галузі рекреації та потреби у висококваліфікованих спеціалістах на ринку праці, адже в щорічних звітах провідних міжнародних організацій, таких як UNWTO та Всесвітня рада з подорожей та туризму, перш за все, увага приверталася до ролі туристичної діяльності в забезпеченні зайнятості. Дійсно, традиційні підходи до організації подорожей вимагають оновлення та видозмінюються із додаванням нетипових складових, але незмінним лишається попит резидентів будь-якої країни на цікаве проведення вільного часу та дозвілля.

Сьогодні традиційні види туризму переживають стадію занепаду, однак водночас спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, яка враховує обмеження на тимчасові переміщення й особливості ділових і міжособистісних комунікацій у дистанційному режимі, що потребує від працівників зайнятих у цій сфері відповідних професійних компетенцій. Практично всі ці форми засновані на використанні інноваційних технологій і синтезу базових технологічних операцій процесу створення туристичних послуг із сучасними надбаннями галузі ІТ. Адже, це перша виключна ознака сучасного глобального ринку туристичних послуг, раптове виділення якої було спричинено біфуркаційним зламом на фоні загальносвітового локдауну та стагнацією більшості національних економік. Другою ж характерною рисою світового туризму є його пристосування до парадигмальних змін системи міжнародних економічних відносин, яка поступово вимушено відходить від моделі розширеного виробництва, заснованій на концепції нескінченності ресурсів та необмеженості глобального споживчого ринку як сукупності вільних ринків країн з відкритими кордонами. Ці процеси розпочалися не одне десятиліття тому, але невідворотність рушійних змін і необхідність переходу до принципово нової структури світогосподарських зв'язків і циклічності виробництва у глобальному масштабі почала розумітися суспільством відносно недавно. І більшість розвинених країн уже планує стратегії туристичної діяльності на засадах оновленої моделі сталого розвитку [1].

З 24 лютого 2022 року в Україні введений воєнний стан у зв'язку із повномасштабним військовим вторгненням російської федерації на територію суверенної держави Україна, понад 9 місяців українська економіка функціонує в режимі антикризового менеджменту на усіх фронтах.

Верховна Рада України, Офіс Президента України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство інфраструктури України, Представництво Президента України в Автономній Республіці Крим та Державне агентство розвитку туризму України формують нову політику обслуговування в туристичній індустрії, яка базуватиметься на найкращому міжнародному досвіді та стандартах у повоєнний період в Україні.

Одним із стратегічних завдань у воєнний та післявоєнний період для стейкхолдерів індустрії туризму є збереження кадрового потенціалу та формування культури відвідування місць пам'яті про злочини російської федерації в Україні, враховуючи при цьому суспільну думку та світовий досвід.

Україна сьогодні потерпає від терористичної агресії російської федерації. Адже, війна проти України спричинила болючі виклики для індустрії туризму і у інших країнах світу. Відповідно, виникла потреба зміни фокусу стратегічних цілей і у реконструюванні завдань сталого розвитку туризму та курортів в Україні, відновленні та подальшого розвитку туризму на принципах сталості. Пріоритетним завданням стає підготуватися до наслідків входження України до складу ЄС, зокрема, інтегрування вітчизняного законодавчо-нормативного поля до європейського, необхідності конкретизації місця і ролі туризму у відновленні України у повоєнний період.

Тому, профільні державні інституції, представники бізнесу із туристичної індустрії та сфери гостинності, заклади освіти, громадські організації за підтримки Державного агентства розвитку туризму України працюють над тим, щоб підготувати туристичний ринок та фахівців до нових потреб українського суспільства у повоєнний час. Зокрема, велика увага приділяється плану відновлення деюкованої Автономної Республіки Крим. Всі інституції працюють над створенням дієвого інструменту, який дасть поштовх розвитку сфери української гостинності, забезпечить співпрацю з іноземними експертами у сфері туристичного менеджменту та освіти в цій галузі, вагому роль у відновленні покладено на людський ресурс.

У травні 2022 р. відбулася чергова зустріч лідерів світу на Всесвітньому економічному форумі (World Economic Forum) у Давосі [2]. Основна теза зустрічі «Історія у зворотному моменті: політика, Уряди та бізнес-стратегії». З огляду на посилення глобальних небезпек у світі лідери Урядів світу були орієнтовані на визначення основних пріоритетів з нівелювання загроз: глобальна пандемія, військові конфлікти, геоекономічні збурення, зміни клімату, можливості адаптації до суспільних загроз, а також потреба перекваліфікації кадрів за потребою роботодавців. Сучасні глобальні тенденції показують потребу у розширенні сфери надання

освітніх послуг з урахуванням потреб та інтересів особистості, що засвідчують і аналітики Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum). Зміни у підходах надання знань та вмінь обумовлені тенденціями цифровізації процесів та інтернетизації сфер діяльності, міграційними процесами, техніко-технологічними змінами та потребою у перекваліфікації за потребою роботодавців. Фахівці повинні отримувати вміння, які дозволять їм швидко адаптуватися на робочому місці та бути готовими до фахової й суспільної адаптації з огляду на глобалізаційні виклики [3].

Розглядаючи уважно складові показників індексу глобальної конкурентоспроможності і індексу людського розвитку, то стає зрозуміло, що половина з них стосується якості й конкурентоспроможності найважливішого ресурсу. Іншими словами, чим вище конкурентоспроможність фахівців, тим вище конкурентоспроможність країни [4]. Якість кадрів є важливим індикатором обороноздатності країни.

Тому, активно відбувається перегляд цілей і змісту освіти, підвищуються вимоги до підготовки фахівців, які були б достатньо конкурентоспроможними на сучасному ринку праці. Мова йде насамперед про формування творчого потенціалу особистості майбутнього фахівця в індустрії туризму, потреби самореалізації, самовираження не тільки в період навчання у вищому закладі освіти, але й упродовж усього життя [5].

Підвищення індексу конкурентоспроможності туристичної України серед країн світу, забезпечення високого рівня надання туристичних послуг потребує постійного вдосконалення підготовки кадрів, розвиток їх компетентностей та зміни парадигми і форм освітнього процесу.

Адаптація освітньо-професійних програм з підготовки кадрів у вітчизняних закладах вищої освіти для індустрії туризму та гостинності для відповідності очікуванням бізнесу є важливим фактором для задоволення потреб як випускників так і працедавців.

Відповідно до основної мети освіти в Україні, реалізацію якої забезпечує, зокрема, діяльність Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University) включно із структурним підрозділом Навчально-науковим інститутом економіки та бізнес-освіти (Institute of Economics and Business Education) й кафедрою технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи (Department of Technologies and Organization of Tourism and Hotel and Restaurant Business) здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» за освітньо-професійною програмою Туризм (Tourism) із можливістю продовжувати навчання в університеті за програмами: 7 рівня НРК України, 2 циклу FQ-EHEA та 7 рівня EQF-LLL.

Реалізація освітньо-професійної програми Туризм в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини спрямована на підго-

товку висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців для освітніх та наукових установ, органів державної влади і управління, підприємств усіх форм власності, утвердження національних, культурних і загальнолюдських цінностей у випускників.

Виходячи з основної мети та місії університету одним із основних пріоритетів реалізації освітньо-професійної програми Туризм в освітній діяльності є утримання лідерських позицій у підготовці та забезпеченні конкурентоспроможності фахівців, яких готує університет шляхом підвищення якості освітніх послуг, наповнення освітнього процесу європейськими на національними цінностями.

Підготовка фахівців за освітньо-професійною програмою Туризм здійснюється за основними принципами розвитку університету: відповідність суспільним потребам, інноваційності та орієнтації на перспективу, системності та безперервності освіти, студентоцентризму, корпоративного партнерства, мобільності, ефективності, результативності і економічності діяльності, відповідності міжнародним і національним фаховим стандартам якості.

Забезпечення якості освітніх послуг за освітньо-професійною програмою Туризм та їх відповідності національним та міжнародним фаховим стандартам забезпечується через трансформацію освітнього процесу в інноваційне середовище, яке забезпечує зростання індивідів, суспільно активних громадян, високо кваліфікаційних фахівців, конкурентоспроможних на національному та світових ринках праці, у якому студенти отримують вміння і навички самостійно оволодівати знаннями протягом життя, вільно мислити й самоорганізовуватися у сучасних умовах.

Вивчення думки стейкхолдерів: потенційних працедавців, випускників університету за освітньо-професійною програмою Туризм демонструє відповідність програми тенденціям розвитку спеціальності, ринку праці, галузевому та регіональному контексту.

Якість освітніх послуг та освітнього продукту за освітньо-професійною програмою Туризм забезпечується завдяки модернізації освітнього процесу на засадах компетентного підходу, удосконалення інструментів і критеріїв оцінювання ключових компетентностей у здобувачів вищої освіти.

Університет має унікальний, багаторічний досвід застосування сучасних новітніх методик навчання у вищій школі. Особливої уваги, в сучасних умовах навчання та в умовах карантинних обмежень спричинених COVID-19 та введення воєнного стану потребує методика організації освітнього процесу для здобувачів вищої освіти. Відповідно, надзвичайно актуальним при реалізації освітньо-професійної програми Туризм є організація дистанційного навчання, що являє собою на базі університету індивідуальний процес набуття особою загальних і фахових компетентностей, організований шляхом опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників освітнього процесу у спеціаль-

зованому середовищі – (ІОС) Інформаційно-освітньому середовищі MOODLE (Modular Object Oriented Distance Learning Environment), яке функціонує на основі сучасних психологічно-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій. Дистанційне навчання відбувається відповідно до «Положення про Центр дистанційного навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» [6].

У процесі дистанційного навчання за освітньо-професійною програмою Туризм в ІОС MOODLE використовуються електронні навчально-методичні матеріали: методичні рекомендації щодо їх використання, документи навчального процесу (навчальні та робочі програми, розклади занять); відео- та аудіо записи лекцій, семінарів, тощо; мультимедійні лекційні матеріали; термінологічні словники; практичні завдання, віртуальні лабораторні роботи; віртуальні тренажери; пакети тестових завдань для проведення контрольних заходів; електронні бібліотеки чи посилання на них; дистанційний курс освітніх компонентів за програмою підготовки, що об'єднує зазначені вище електронні ресурси за єдиним педагогічним сценарієм; інші ресурси навчального призначення. Структура дистанційного курсу регламентується «Положенням про сертифікацію електронних навчальних курсів розміщених в системі дистанційного навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини».

Дистанційне навчання для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Туризм реалізується шляхом впровадження дистанційних технологій навчання в очну, заочну і екстернатну форми навчання із використанням ІОС MOODLE, Google Meet, Zoom та ін. і є складником освітнього процесу.

Ефективність дистанційного навчання для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Туризм із використанням ІОС MOODLE, Google Meet, Zoom та ін. відображається через: реалізацію права здобувати освіту, отримувати якісні освітні послуги, набувати загальних, фахових компетентностей, формуватись як конкурентоздатний фахівець на національному та міжнародному ринку праці, розвиватись особистісно [7].

Освітня практика враховує унікальність індустрії туризму як сфери обслуговування та гостинності, для якої підготовка кадрів здійснюється з орієнтацією на формування взаємовідносин за моделлю «Людина-Людина». І тому, щоб бути конкурентоспроможним фахівцем на сучасному ринку туристичних послуг, слід володіти не лише професійними знаннями в галузі туризму, які в сучасному світі називають «hard skills з компонентами «digital skills», але й низкою особистих якостей, які не менш важливі і об'єднуються словосполученням «soft skills».

Працедавець шукає кваліфікований персонал, який володіє певними групами компетенцій і ще не так давно їх було дві: hard skills (англ. – жорсткі знання, навички) і soft skills (англ. – м'які навички). До перших відноситься все, що можна довести до

автоматизму в тій або іншій професійній сфері – базові уміння і навички. Друга група компетенцій дозволяє людині бути успішною незалежно від специфіки основної діяльності. Вона включає уміння переконувати інших, презентувати себе і свої ідеї, працювати в команді, брати на себе відповідальність, бути гнучким і тому подібні. Фактично йдеться про комунікативні і управлінські компетенції. Наразі, у зв'язку з глобальною комп'ютеризацією, що охопила майже усі виробничі сфери, виділилася ще і третя група компетенцій – цифрових (digital skills). І виділити, яка ж цих груп пріоритетна – неможливо. Донедавна перевагу надавали «hard skills» і на їх опанування була спрямована вся вища освіта в світі. Втім, сучасні науковці провідних університетів світу доводять практичними дослідженнями, що професійний успіх випускника на 75 – 85% залежить від soft skills і тільки на 25 – 15% – від hard skills [4, с. 171].

Реалізація освітньо-професійної програми Туризм в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини здійснюється відповідно стандарту вищої освіти України підготовки фахівців Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Галузь знань: 24 Сфера обслуговування, Спеціальність: 242 Туризм від 2018 року і передбачає професійну підготовку інструментами реалізації освітньо-професійної програми такими як викладання системи освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності. Перед вступом на освітню програму визначаються вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою. Освітня програма містить перелік навчальних дисциплін, що представлені в логічній послідовності для їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС (**Європейської кредитно-трансферної системи**) необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Компетенція – це ресурсний потенціал випускника – «я знаю як», а компетентність – це комплексна характеристика здатності особистості ефективно застосовувати набуті компетенції в практичній діяльності («я умію і можу так») [4].

Відповідно, освітня програма Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Галузь знань: 24 Сфера обслуговування, Спеціальність 242 Туризм сприяє формуванню інтегральної компетентності: здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму й рекреації як у процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують туризмознавство і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Під час реалізації освітньої програми формуються *загальні компетентності*:

здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства

та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;

здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

здатність діяти соціально відповідально та свідомо; здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу; прагнення до збереження навколишнього середовища;

здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

здатність працювати в міжнародному контексті;

навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми;

здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;

здатність спілкуватися іноземною мовою; навички міжособистісної взаємодії;

здатність планувати та управляти часом;

здатність працювати в команді та автономно.

Під час реалізації освітньої програми формується *фахові компетентності* спеціальності: знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;

здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій;

здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;

розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;

розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах;

здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;

здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку;

здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;

здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;

здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці;

здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства;

здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Реалізація освітньої програми націлена на формування у здобувачів відповідних *програмих результатів навчання*: знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;

знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;

знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ; пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору;

аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території; застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;

розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;

організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;

розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);

володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності;

застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг;

встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;

проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття;

проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань;

діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості;

управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері;

адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;

аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань; виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;

приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;

професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях [8].

Тенденції туризму вказують на те, що в наступні роки особлива увага приділятиметься саме високому професіоналізмові фахівців з туризму та комунікативним навичкам у форматі контактного та дистанційного спілкування, оскільки завдяки можливості знайти в Інтернеті велику кількість сервісів і додатків з підбору трансферу, проживання, планування дозвілля, користувачі мають змогу без посередників організовувати свій відпочинок. Саме тому, щоб скласти гідну конкуренцію «віртуальним туристичним менеджерам» слід дійсно надавати якісні туристичні послуги, щоб потенційний турист розумів, за що він оплачує кошти, звертаючись в туристичну агенцію, а високі професійні якості формуються у процесі навчання через практики.

Наведемо основні вимоги відповідно до інформації сайту пошуку роботи в Україні – work.ua та jobs.ua [9, 10] до шукачів роботи менеджера з туризму:

чітка та грамотна мова, бажано не тільки рідна, а й ще одна іноземна;

уміння слухати та розуміти бажання клієнтів, вирішувати конфлікти та бути дипломатичним;

відмінне знання географії, курортів, основні уявлення про культуру, релігію та звичаї різних країн;

досвід планування подорожі;

уміння швидко аналізувати ситуацію та приймати рішення;

знання законодавчої бази, яка регулює роботу туристичних компаній;

знання основ маркетингу, менеджменту, туристичного обліку та документообігу;

цифрові навички;

вміння працювати ефективно та відповідально у віддаленому форматі організації робочого місця.

За даними «Дослідження та аналіз вакансій і потреб у кваліфікованих кадрах у країнах ЄС, Республіці Молдова та в Україні» [11] найбільш затребуваними в цьому секторі є такі навички: управління, комунікація, вирішення проблем, поведіння з клієнтами; навички, пов'язані з безпекою.

На думку опитаних, основна причина недостатньої компетентності персоналу на сьогоднішній день – це відсутність внутрішньої мотивації працівників і психологічні проблеми, пов'язані з близьким контактом із клієнтами. 88 % респондентів хотіли б, щоб туроператори володіли принаймні однією іноземною мовою на рівні ведення розмови [9,10].

За даними колективу дослідників КНТЕУ під редакцією А. А. Мазаракі у довоєнний період до 2022 року в Україні туристичні підприємства уже функціонували в умовах жорсткої конкуренції, глобалізації та реорганізації, спрямованої на розширення діяльності, поступове зменшення частки туристичних агентств та перепродаж туристичних продуктів, збільшення частки їх продажів безпосередньо споживачеві через онлайн-мережі та дистанційно, зростання ролі маркетингу та активного просування продуктів на ринок через інноваційні засоби просування (інформаційні технології), динамічний розвиток онлайн-бронювання та інтернет-реклами, що вимагає від них швидкого реагування, еластичності діяльності та змін у маркетинговій політиці [12].

Проаналізувавши ряд вітчизняних та зарубіжних досліджень [2, 3, 5, 9, 10, 11, 14] з цього питання можна зробити висновок, що серед найбільш необхідних soft skill competencies для роботи в галузі туризму та індустрії гостинності доцільно зазначити такі: навички управління командою; навички коучингу; навички розв'язання; навички впливовості / авторитетності; соціальні навички; навички командної роботи; навички культурної обізнаності; організаційні навички, які включають: планування та координацію, визначення пріоритетів, багатозадачність, управління часом, навички обслуговування клієнтів; навички створення мережі контактів; навички гнучкості; навички відповідальності та прихильності; навички готовності до викликів, навички креативного мислення.

Водночас hard skill competencies – це специфічні навчальні здібності, які легше визначити та виміряти, і їх легко досягти при правильній кваліфікації. До найбільш релевантних hard skills в індустрії туризму та індустрії гостинності, необхідних для випускників ЗВО, належать: підприємливість; продажі та маркетинг; компетентність у всіх сферах діяльності бізнесу; управління людськими ресурсами.

Здійснюючи підготовку кадрів, також потрібно враховувати зміни запитів з боку споживачів та партнерів підприємств індустрії туризму, що формуються технологіями інформатизації. Адже, подорожувати країною та мати доступ до Інтернету є однією з головних цифрових трансформацій світового туризму. Для багатьох туристів, особливо молоді, одночасно подорожувати та не відриватися від бізнесу, справ, родичів, друзів є важливою умовою під час вибору туристичних маршрутів.

Актуальність інформаційно-комунікаційних технологій підкреслено присутністю даного показника серед факторів Індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Report, TTCI) [13].

Сучасні фахівці індустрії туризму завдяки цифровим технологіям зможуть повною мірою використати туристичний потенціал та створити нові можливості його зростання. Професіонали швидко опанують модель “розумних” туристичних дес-

тинацій (Smart Tourist Destination) на регіональному та місцевому рівнях, що є новою моделлю територіального розвитку, управління та маркетингу туристичних дестинацій з метою повноцінного задоволення потреб сучасних туристів.

Крім цифрової інфраструктури та моделі «розумних» туристичних дестинацій, іншими важливими ініціативами щодо цифровізації туризму є:

створення веб-сайтів туристичних дестинацій з локалізованим під потреби туристів контентом; збір та аналіз статистики в режимі реального часу за допомогою технологій Інтернету речей, великих та відкритих даних; створення віртуальних турів, 3D-моделювання, облаштування веб-камерами туристичних об'єктів, впровадження QR-кодів, RFID-міток, системи безготівкових розрахунків; впровадження програм лояльності та електронних карток туриста;

створення туристичних мобільних додатків (з картами маршрутів, аудіогідами, геолокацією); електронні квитки на туристичних об'єктах і в закладах дозвілля;

цифровізація музеїв (електронні різномовні каталоги, віртуальної та доповненої реальності, аудіо-гіди та електронні гіди).

Наявність базових знань, навичок та компетенцій з digital-комунікації є визначальним критерієм при підборі персоналу та вимогою для кожної туристичної екосистеми. В сучасному світі важливо володіти структурованими знаннями та бути гнучкими у перегляді та розробці стратегій.

Зупинимось детальніше на можливості використання цифрових навичок фахівцями в індустрії туризму.

Базові навички:

1. Навички цифрового маркетингу: SEO, Реклама, соціальні мережі, Direct Маркетинг, Content Менеджмент.

2. Цифрові навички в бізнесі: Бізнес модель, Аналіз даних.

3. Навички продуктивності: інструменти колаборації, віртуальні зустрічі, CRM системи, ERP/PMS.

*1. Цифрові маркетингові навички (SEO) допоможуть:*

отримати базові знання Google або інших пошукових систем;

створити стратегію побудови зав'язків;

індексувати (to index) ваш контент;

визначити, який алгоритм Google до сортування результатів SERP.

*Цифрова реклама, яка необхідна для просування вашого бізнесу з використанням можливостей:*

Google Adwords,

Facebook/InstagramAds,

Copyrighting, Landing page creation (створення цільової сторінки – це будь яка сторінка на якій є лише один додаток і цільова дія).

*Соціальні мережі є тими інструментами, які допомагають керувати відносинами із споживачами та знаходити нові проекти:*

Facebook (+40),

Innstagram,

Linkedin (B2B),

*Дірект маркетинг або прямий маркетинг:* підтримка прямого контакту з вашими споживачами за допомогою:

Whatsapp Business,

Mailchimp, Constant Contact, Experian Cheetah Mail, etc...

*Система контент менеджменту для управління сайтом обов'язковими є знання:* Wordpress, Woocommerce, Drupal, Joomla.

*II. Цифрові бізнес навички.*

Бізнес-модель має багато компонентів, тому потрібно бути обізнаними в них та аналізувати найкращі можливості, а саме: цінність твоєї пропозиції; твій ринковий сегмент; доступні маркетингові канали; модель твого прибутку; твої ключові послуги.

*Аналіз даних.* Не обов'язково бути аналітиком аби вміти проаналізувати дані та прийняти управлінське рішення по них, варто освоїти знання:

- Google Analytics

- Social network stats

- Booking engine stats

*III. Інструменти колаборації або спільної роботи – існують базові цифрові інструменти, які полегшать ваше життя і дозволять працювати з іншими людьми:*

Спільна робота із документами через: Google Drive, One Drive, Документи,

Хмари для збереження інформації.

*Віртуальні зустрічі:* Zoom, Adobe connect, Webex, Collaborate

*CRM.* Використання інструментів по управлінню відносинами зі споживачами приведе вас до справжньої орієнтації на споживача, підвищуючи лояльність і знижуючи вашу залежність як посередника.

Відмітимо, що систематизовані «hard skills», «soft skills», «digital skills» є важливими для управління окремими суб'єктами господарювання в туризмі так і для управління туристичною дестинацією [14].

Підсумовуючи вищесказане, погоджуємось і висловлюємось твердженням Г. Перкіна, що наразі відбувається третя професійна революція, коли глобальна конкуренція висуває на перший план високоосвічених людей вільних професій. Подібних людей він називає транспрофесіоналами, які мають бути готові, за рахунок свого мислення і способів організації діяльності, працювати в різних професійних середовищах. Для них неважливо положення в тій або іншій організаційній структурі, вони можуть вільно входити і покидати її, створюючи для вирішення будь-якої комплексної проблеми адекватні форми організації – проектні команди. Для транспрофесіоналів характерне вільне використання різноманітних методів для вирішення творчих завдань, відмова від формальних стандартів, креативний стиль мислення, ситуативний підхід по відношенню до структурних складових організації [15].

Економічна, освітня, комунікаційна складові туристичної послуги забезпечується саме персоналом практично на всіх стадіях обслуговування і є потужним чинником активізації туристів. Динамічність галузі (технологічні, маркетингові, інформаційні та інші інновації) потребує відповідної динамічної системи підготовки кадрів, здатних працювати на рівні світових і європейських стандартів [16].

**Висновки.** Не дивлячись на певні побоювання учасників ринку стосовно перспектив розвитку індустрії туризму в Україні в умовах карантинних обмежень спричинених COVID-19 та введенням воєнного стану в наслідок повномасштабного воєнного вторгнення російської федерації, що супроводжується активними бойовими діями проти цивільного населення суверенної держави Україна, відбуваються біфуркаційні зміни від індустріального до цифрового суспільства, що сприяють розвитку інформаційного простору та інформаційних технологій у реалізації якісного освітнього продукту закладів вищої освіти, які в свою чергу забезпечують реалізацію освітніх програм в очному та дистанційному режимах.

Відмітимо, що успішність випускника і його фаховий потенціал формують не тільки державні вимоги (стандарт), але й збалансовані вимоги інших зацікавлених стейкхолдерів, особливо активних учасників ринку праці.

Отже, з метою відповідності між реальними знаннями, уміннями та навичками випускника закладу вищої освіти за бакалаврською освітньою програмою Туризм, яких він набуває під час навчання та очікуваннями ринку праці, під час освітнього процесу важливо збалансовувати формування та розвиток «hard skill competencies», «soft skill competencies», «digital skill competencies» необхідних для професійної діяльності в індустрії туризму, що у свою чергу врівноважує інтелектуальний та практичний зміст підготовки фахівців, адже високопрофесійні фахівці зміцнюють обороноздатність країни.

### Література

1. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с
2. Давос 2022. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/davos-2022-whos-coming-and-everything-else-you-need-to-know/>
3. Вишневецька О.М., Глобальні пріоритети у формуванні освітнього середовища. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №33 (2022), 19-27. – URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>
4. Управління конкурентоспроможністю персоналу, робіт та послуг: теорія, методологія, практика: колективна монографія. / В.В. Іванова. 2022. URL: [http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/struktura/kaf\\_ekonom\\_uprsv\\_pers/%D0%9C%D0%BE%D](http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/struktura/kaf_ekonom_uprsv_pers/%D0%9C%D0%BE%D)

0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%20(1).pdf

5. Kozubovska I., Ivats O., Sharodi J. NEW EDUCATIONAL PARADIGM «LIFELONG LEARNING» IN PEDAGOGIC EDUCATION: FOREIGN EXPERIENCE. Norwegian Journal of development of the International Science. Vol. 2. No 63/2021/ p/ 28-32. URL: [http://www.norwegian-journal.com/wp-content/uploads/2021/06/NJD\\_63\\_2.pdf](http://www.norwegian-journal.com/wp-content/uploads/2021/06/NJD_63_2.pdf)

6. «Положення про Центр дистанційного навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». URL:<https://udpu.edu.ua/documents/>

7. Слатвінська Л. А. Досвід застосування сучасних новітніх методик навчання у вищій школі для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Туризм». Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки: зб. матеріалів доп. учасн. VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів (18 листопада 2021 року). Умань ВПЦ «Візаві», 2021. С. 638 – 642.

8. Міністерство освіти і науки України. – URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-242-turizm-dlya-pershogo-bakalavrskogo-rivnya-vishoyi-osviti>

9. Сайт пошуку роботи в Україні. URL:<https://www.work.ua/>

10. Сайт пошуку роботи в Україні. URL: <https://jobs.ua/>

11. А. Попа, Р. Колишко, Н. Попова та Ф. Панзіка Дослідження та аналіз вакансій і потреб у кваліфікованих кадрах у країнах ЄС, Республіці Молдова та в Україні/ Міжнародна організація праці, Група технічної підтримки з питань гідної праці та Бюро МОП для країн Центральної та Східної Європи. – Будапешт МОП, 2013. – URL: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/--ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_244735.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/--ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_244735.pdf)

12. Інновінг в туризмі: монографія / заг. ред. А. А. Мазараки. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с. – URL: <https://knote.edu.ua/file/MjExMzA=/f847c0a5a302fe60ccf9e3463100472d.pdf>

13. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/thetravel-tourism-competitiveness-report-2019>.

14. Барибіна Я. О. Формування навичок цифрової комунікації для фахівців туристичної екосистеми в умовах діджиталізації. Ефективна економіка. 2020. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7917>.

15. Perkin, P.H., & Perkin, H. (2002). The Rise of Professional Society: England Since 1880 (2nd ed.). Routledge. – URL: <https://doi.org/10.4324/9780203408629>

16. Слатвінська Л. А., Поворознюк І. М. Академічна підготовка магістрів з туризму як фактор впливу на зайнятість населення на туристичному ринку. Ефективна економіка. 2018. № 6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>