

УДК 658.8:339.138

Маляр В.О.¹, Цвілий С.М.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

**ВОЄННІ АСПЕКТИ В МАРКЕТИНГОВОМУ КОМПЛЕКСІ ЗВО ЩОДО
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ**

Шанс у повоєнній перспективі на довгостроковий успіх щодо формування сталого попиту на туристичну освітню послугу мають лише освітні установи, в яких сформульоване стратегічне маркетингове бачення інтегроване з наявною ресурсно-ринковою орієнтацією ЗВО [1]. Від цього залежить зміст місії, цілі і завдання, стратегічний план й рішення щодо розробки комплексу маркетингу продукт, ціна, місце, просування, час, люди, матеріальні свідчення, процес).

Послуги освіти мають позицію специфічного продукту (продукт). Треба аналізувати процес надання освіти за базовими принципами та елементами організаційної досконалості [4]: орієнтація на результат, лідерство, єдність цілей; орієнтація на клієнта, розвиток партнерських відносин; управління процесами і ресурсами (5); навчання персоналу, залучення до діяльності фірми; постійне навчання, інновації і покращення; відповідальність перед суспільством.

Проблема фінансування освіти (ціна) завжди була складною тому, що «користь» від неї не є миттєвою. Держава не в змозі забезпечити громадянам пристойний рівень освіти і ніколи вже не зможе претендувати на забезпечення належного місця у світовому соціально-економічному розвитку. Платний набір абітурієнтів не є прибутковим, щоб забезпечити розвиток ЗВО. В воєнному просторі фінансування освіти фахівців слід розділити з роботодавцями.

Для студентів дуже важливим є місцеположення ЗВО (місце) відносно можливостей для проживання (включаючи довкілля) у районі розташування, проїзд, гуртожитки, тощо. За логікою маркетингу, територія є «обличчям» ЗВО, освітньою маркою та престижем для студентів. Зростає рівень вимог до безпеки.

З погляду на стан вітчизняного ринку з надання послуг туристичної освіти принципове значення мають три риси [2]: насиченість послугами за освітніми напрямками підготовки фахівців з туризму (1); поінформованість споживача про можливість вибору послуги (2); трансформація та мінливість ринку, велика кількість конкурентів (3). Дані риси (просування) фактично

визначають критерії конкурентноздатності освітніх послуг, їх пріоритетність й політику просування.

Дуже важливу роль відіграє надання послуги освіти у часовому вимірі (час). Здається логічним наближення послуги ЗВО до споживача за часом при акценті на дистанційному навчанні, відмові від системи вступних іспитів, тестування, сертифікатів ЗНО. Але заздалегідь тоді слід спрогнозувати якісний рівень послуги і відповідність нових форм навчання традиційним методам ЗВО. В узгодженні з цим, структура і розподіл навчального часу повинні постійно переглядатися під впливом інноваційних технологічних та технічних засобів і методик навчання, які впливають на визначення терміну туристичної освіти.

Зміна пріоритетів в умовах війни не залишає часу на пристосування навчальних планів і програм, а туристичним фірмам усе більш необхідні добре підготовлені фахівці (люди) для роботи в кризових та післякризових умовах. При цьому, система освіти і підсистема туризму в системі економіки по-різному сприймають кліше «добре підготовлені кадри». Туристична освіта передбачає задоволення потреб кожного споживача. Паралельно з цим відбуваються радикальні зміни у взаєминах між людьми в організаціях, які відбуваються за напрямком трансформації до лідерства, приватності, цифровізації, делегування, командної роботи. Процес навчання повинен відтворювати саме ці принципи.

Кваліфікація випускників дуже часто не відповідає вимогам роботодавців: відсутність досвіду прийняття рішень, не вистачає знань відносно реалізації компетентностей в воєнних умовах ринку, відсутні практичні навички з набутої професії (матеріальні свідчення) [3]. Перспективним є зростання функціональної корисності освітніх туристичних послуг, комплексне надання з урахуванням індивідуальних запитів. Знань для отримання специфічної роботи не вистачає, але підготувати фахівців відповідно загальних вимог ЗВО в змозі зробити.

Технологія навчання заслуговує детального розгляду (процес) в умовах війни. Специфіка дисципліни здійснює вплив на засоби її викладання, але в

ЗВО практично відсутній масштабний обмін методичними технологіями та ідеями викладання між різними спеціальностями та освітніми програмами. При цьому, набутий важливий досвід не узагальнюється і не відбувається трансфер. Лекції і семінари часто не досягають цілей у повному обсязі. За показником ефективності на провідні позиції повинна виходити командна форма організації навчального процесу, яка допоможе здобувачам підготуватися до групової роботи в туризмі.

Список використаних джерел:

1. Tsviliy S., Gurova D., Kuklina T. Research of the specifics of providing tourist education in the latest conditions: marketing approach. *Role of science and education for sustainable development* : monography ; Part 2.13. University of Technology, Katowice, Poland, 2021. P. 252–266.

2. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O. Improving the training of professionals in the tourism industry on the basis of according to world experience in the use of innovative approaches to design learning outcomes. *Modern approaches to ensuring sustainable development : collective monograph*. Academy of Silesia. The University of Technology in Katowice Press, Poland. 2023. P. 460-470. DOI: 10.54264/M020.

3. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O., Zaitseva V. Professional online training of specialists for the domestic tourism and recreation industry. *Digital macro trends and technologies of the XXI century: monograph. Part I* ; Edited by I. Tatomyr, Liubov Kvasnii. Praha: OKTAN PRINT, 2022. P. 158-170. [DOI: 10.46489/dmtatotc-02](https://doi.org/10.46489/dmtatotc-02).

4. Vasylychev D., Tsviliy S., Zhilko O. Socio-economic aspects of staff's innovative development and training in service enterprises: world and domestic experience. *Digital transformation of society: theoretical and applied approaches* : monography ; Monogr. 46, University of Technology, Katowice, 2021. P. 315–326.