

підвищенню автоматизації та рівня контролю виробничих процесів у харчовій промисловості, що в свою чергу допоможе підвищити ефективність та конкурентоспроможність підприємств.

Застосування технологій штучного інтелекту в харчовій промисловості відкриває широкі можливості для покращення всіх аспектів виробництва, від оптимізації управління запасами та логістикою до вдосконалення рецептур та контролю якості продукції. Використання різноманітних технологій штучного інтелекту, таких як машинне навчання, машинний зір та розпізнавання мови, дозволяє автоматизувати процеси, підвищує продуктивність, зменшує витрати та сприяє покращенню якості та безпеки харчової продукції. Ці інноваційні підходи є важливими для сучасної харчової промисловості, оскільки дозволяють підприємствам бути більш конкурентоспроможними, а також відповідати високим стандартам ефективності та сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Roetzer P., Kaput M. Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business. Texas, Dallas : Matt Holt, 2022, 256 p.
2. Vatsal Ghiya How Artificial Intelligence is shaping the Future of Food. TechDuffer. 2022, URL: <https://techduffer.com/how-artificial-intelligence-is-shaping-the-future-of-food/>
3. Кузьомко В., Бурангулова В. Можливості використання штучного інтелекту в діяльності сучасних підприємств. Економіка та суспільство. 2021. № 32. DOI <https://doi.org/10.32792/2524-0072/2021-32-67>
4. Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2020 р. № 1556-р (редакція від 29.12.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-r#Text>
5. Шепітько М. В., Сенаторова О. В., Задоя К. П., Пономаренко Ю. А. Міжнародні перспективи штучного інтелекту в Україні: між війною та реформуванням. Вісник асоціації кримінального права України. 2022. № 18. Том 2. DOI: <https://doi.org/10.21564/2311-9640.2022.18.267202>

Кунєєв О. А., здобувач освіти,
науковий керівник: **Кунічева Т. П.**, викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД – ВІД НАВЧАННЯ ДО ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ

Сучасне суспільство засновано на використанні різноманітних цифрових технологій практично в усіх сферах діяльності людини. Адаптація до нових реалій вимагає використання екосистемного підходу в різних галузях. Це стосується як безпосередньо економіки так і суспільства в цілому.

За реалізації вказаного підходу дуже часто використовується термін «цифрова екосистема». Розглянемо його детально. Зробити це краще функціонально – через опис призначення та можливостей цифрової екосистеми [1].

Цифрова екосистема формується навколо певної платформи, до якої прив'язані мережеві сервіси та послуги. Платформа – це віртуальний простір, сайт, додаток, який забезпечує взаємодію тих хто створює ці сервіси, послуги, знання та тих хто в них зацікавлений. Створення цифрової екосистеми неможливо без використання сучасних цифрових технологій. Вона складається з різних елементів, таких як програмне забезпечення, обладнання, дані тощо. Але функціонування цифрової екосистеми неможливе без участі людей – команди яка розробляє та реалізує сервіси та послуги. Якість самої платформи пов'язана не

лише з технологічними можливостями, а й з кількістю людей, які беруть участь в її створенні та кількістю людей, зацікавлених у використанні сервісів та послуг до неї прив'язаних.

Цифрова екосистема може використовуватися для підтримки різних видів діяльності. Наприклад: електронна комерція, соціальні мережі, хмарні обчислення, мережеві ігри тощо. У контексті бізнесу цифрова екосистема також може охоплювати набір цифрових платформ і технологій, які компанія використовує для взаємодії зі своїми клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами.

Приклади відомих сучасних цифрових екосистем: *Amazon, Apple, Google, Alibaba* та інші ІТ-гіганти. Ці компанії зазвичай починали з якогось одного напрямку. Далі вони розширювали свій бізнес займаючи нові ніші для продажів. При цьому використовувалась популярність свого бренду: споживачі віддавали перевагу знайомій компанії, й це допомагало в боротьбі з конкурентами [2].

Компанія *Amazon*, наприклад, спочатку займалася продажами книг через Інтернет. Але поступово почала продавати електроніку, програмне забезпечення, відеоігри тощо. Зараз *Amazon* працює приблизно з 606 млн категорій товарів [3].

Але екосистемний підхід зараз використовується не лише в економіці. Він ще є новим напрямом в освіті.

В сучасних умовах більшість навчальних закладів була вимушена перейти на дистанційну форму навчання. Це пов'язано з пандемією COVID-19 та війною в Україні. Адже потрібно з одного боку дбати про безпеку студентів та викладачів, а з іншого – про збереження високих стандартів освіти.

В цих умовах екосистемний підхід докорінно змінює процес навчання. Завдяки йому інакше починають формуватися відношення між здобувачами та викладачами. Формується мережева спільнота, де панує атмосфера співробітництва, добровільного навчання та розвитку.

Розглянемо це на прикладі нашого навчання в коледжі. Воно почалося дещо незвичайно – з проходження навчальної практики. Її метою було ознайомлення нас, першокурсників, із організацією навчального процесу в коледжі, який планується та відбувається переважно в дистанційному форматі.

Під час навчальної практики ми ознайомились із принципами побудови цифрової освітньої екосистеми коледжу та з цифровими інструментами, які використовуються для організації навчального процесу. Для організації навчальної діяльності в цифровій екосистемі коледжу ХТЕФК ДТЕУ використовують такі інструменти та ресурси: *Сайт коледжу; АСУ коледжу; Портал навчальних ресурсів ХТЕФК ДТЕУ* (створений на базі *LMS Moodle*). Для онлайн спілкування під час занять та консультацій використовують *програму для організації відеоконференцій Zoom*. Навчальну екосистему нашого коледжу умовно можна поділити на дві підсистеми: внутрішню та зовнішню. Внутрішня підсистема спрямована на організацію освітнього процесу, взаємодію студентів, викладачів та адміністрації коледжу, а також на покращення умов, в яких здійснюється навчальний процес. Зовнішня підсистема спрямована на співпрацю з майбутніми абітурієнтами та їх батьками, іншими навчальними закладами, з роботодавцями (які сприяють працевлаштуванню наших випускників), з будь-якою особистістю чи організацією, які зацікавлені в спілкуванні. Також нам продемонстрували, що створена в коледжі цифрова освітня екосистема дозволяє органічно поєднати між собою цифрові освітні ресурси та сервіси коледжу із використанням вже існуючих цифрових екосистем, таких як *Zoom, Google, Microsoft 365, Telegram, Viber* та інших. Крім того, в навчальному процесі використовуються зовнішні офіційні дистанційні платформи для навчання, наприклад: *Дія.Освіта, Prometheus, EdEra, Відкритий університет майдану, Професійна освіта онлайн, Coursera* тощо.

Таким чином, використання сучасної цифрової освітньої екосистеми дозволяє організувати ефективну взаємодію адміністрації, викладачів та студентів нашого коледжу, забезпечити доступ здобувачів до навчальних матеріалів з різних пристроїв та незалежно від

місяця їх знаходження навіть в сучасних складних умовах. Все це дозволяє нам, студентам, під час навчання в коледжі не лише отримувати якісні знання, а й надає можливість віртуально взаємодіяти як з викладачами, так і між собою в контексті навчання. В комплексі це сприяє отриманню практики реальної роботи з сучасними цифровими екосистемами з метою подальшого використання набутого досвіду при створенні та використанні інноваційно-технологічні рішень для модернізації економіки України [4].

Список використаних джерел

1. Благодир Л. М. Цифрові бізнес-екосистеми як специфічна форма координації господарської діяльності в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-55>.
2. Як сьогодні виглядає ринок цифрових екосистем для малого і середнього бізнесу. *Еквайринг від "ПЕК"*. URL: <https://pek.org.ua/jak-sogodni/> (дата звернення: 09.03.2024).
3. What is a digital ecosystem? – Understanding the most profitable business model. *MoreThanDigital*. URL: <https://morethandigital.info/en/what-is-a-digital-ecosystem-understanding-the-most-profitable-business-model/> (date of access: 09.03.2024).
4. Цифрові екосистеми та професійні навички. *Національне агентство кваліфікацій*. URL: <https://nqa.gov.ua/news/cifrovi-ekosistemi-ta-profesijni-navicki/> (дата звернення: 09.03.2024).

Ганнич Н. С., здобувач освіти,
Гуторов О. С., викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ МЕХАНІЗМИ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ

Організаційно-управлінські механізми є ключовими для ефективного функціонування туристичної агентської діяльності. Вони визначають способи, якими туристична агенція організовує свою роботу, керує своїми ресурсами та взаємодіє зі своїм оточуючим суспільно-економічним середовищем. Найбільш значимі організаційно-управлінські механізми для туристичної агенції:

- ефективне управління ресурсами;
- забезпечення якості обслуговування;
- створення конкурентної переваги;
- зменшення ризиків;
- підвищення ефективності та продуктивності;
- стимулювання інновацій.

Ефективне управління ресурсами. Організаційно-управлінські механізми дозволяють ефективно розподіляти та використовувати ресурси туристичної агенції, такі як фінансові, людські та матеріальні ресурси. Це допомагає підтримувати стабільність фінансової ситуації, оптимізувати витрати та максимізувати прибуток.

Забезпечення якості обслуговування. Добре організовані управлінські процеси дозволяють забезпечити високу якість обслуговування для клієнтів. Це включає в себе забезпечення вчасності, точності та професіоналізму у всіх аспектах роботи туристичної агенції.

Створення конкурентної переваги. Ефективне управління дозволяє туристичній агенції розвивати унікальні конкурентні переваги, такі як швидке реагування на зміни на ринку, інноваційні маркетингові стратегії та висока якість обслуговування. Це допомагає агенції залучати та утримувати клієнтів у конкурентному середовищі.