



РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

ВЕСТНИК РМАТ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

2·2024

- Политология
- Экономические науки
- Педагогические науки



РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА



**Преподавателям, сотрудникам,
студентам РМАТ и читателям журнала**

**Примите сердечные поздравления
с 55-летним юбилеем РМАТ!**

За эти годы Академия прошла большой и славный путь, превратившись в один из крупнейших и значимых вузов по подготовке профессиональных туристских кадров.

Предмет гордости РМАТ – ее выпускники, их более 55 тысяч. Многие из них связали свою судьбу с туризмом, гостиничным делом, сферой гостеприимства и общественного питания. Они работают почти в каждом городе нашей необъятной страны, развивая и укрепляя сферу туриндустрии, которая привлекает внимание туристов не

только России, но и других стран к ее истории, уникальным красотам и самобытности.

Сегодня приоритеты РМАТ ориентированы на инновационное развитие вуза и его филиалов, совершенствование педагогического процесса, творческое использование зарубежного опыта, на изучение и удовлетворение запросов потребителей образовательных услуг, на подготовку высококвалифицированных специалистов, отвечающих требованиям времени.

В своей деятельности РМАТ руководствуется принципами продвижения ответственного, устойчивого и общедоступного туризма для всеобщей пользы. Академия также прочно закрепила за собой статус приверженца здорового образа жизни и развития социального туризма в России. Все это формирует огромное уважение к вузу и способствует росту его авторитета в профессиональном сообществе.

Всё, чего достигла Академия, – бесспорная заслуга коллектива – людей, искренне преданных своему делу, трудолюбивых, неравнодушных, способных мыслить в духе времени и преодолевать новые рубежи.

Здоровья и благополучия – всем! Успехов во всех начинаниях, простора для творческой деятельности, реализации всех ярких идей! И пусть рядом всегда будут хорошие и надежные друзья!

С Юбилеем, Академия!

*Редколлегия журнала «Вестник РМАТ»,
Ректорат Российской международной академии туризма*



УЧРЕДИТЕЛЬ

Российская международная
академия туризма

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Е. Н. Трофимов, *д-р полит. наук,
проф.*

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

В. А. Жидких, *д-р полит. наук*

В. И. Звонников, *д-р пед. наук, проф.*

И. В. Зорин, *д-р пед. наук, проф.*

В. А. Кальней (*зам. главного редактора*), *д-р пед. наук, проф.*

А. В. Квартальнов, *д-р пед. наук, доц.*

В. М. Кривошеев, *канд. экон. наук*

П. Ф. Кубрушко, *член-корр. РАО*

Л. Б-Ж. Максанова, *д-р экон. наук,
проф.*

А. Д. Некипелов, *академик РАН*

Н. Д. Никандров, *академик РАО*

Е. Л. Писаревский, *д-р юрид. наук*

В. Ю. Питюков, *д-р пед. наук, проф.*

В. Г. Пугиев, *канд. техн. наук, проф.*

В. В. Рязанский, *канд. экон. наук*

А. Н. Чилингаров, *член-корр. РАН*

А. Д. Чудновский, *д-р экон. наук, проф.*

В. К. Федорченко, *д-р пед. наук, проф.*

С. Е. Шишов, *д-р пед. наук, проф.*

С. П. Шпилько, *канд. экон. наук, доц.*

Эрве Барре, *проф.*

Франсуа Бедар, *проф.*

Мария Гравари-Барбас, *проф.*

Джафар Джафари, *проф.*

Зоран Иванович, *проф.*

Петер Келлер, *проф.*

Кис ван дер Клип, *проф.*

Ален Себбан, *проф.*

Эдуардо Файош-Сола, *проф.*

Дэвид Эйри, *проф.*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Суязов В.Н., Суязов Н.В. Разработка бизнес-модели инновационного развития предприятий сферы спа- и велнес-туризма 3

Арсений Р.М. Реформирование системы классификации средств размещения в Российской Федерации 9

Марченко Е.В. Перспективы развития социального предпринимательства в регионах 16

Чудайкин И.О. Проблемы внедрения инноваций в банковской сфере 20

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Трофимов Е.Н., Жидких В.А. Кадры для устойчивого туризма 27

Кочетова С.М., Кочетов С.С. Правовые основы получения высшего образования в современных условиях 32

Лагусева Н.Н., Горбачев Ф.А. Тренды и вызовы высшего образования в сфере туризма 38

Санникова К.М., Николаев Г.Г. Разработка программы воспитательной работы со студентами для формирования имиджа профессиональной образовательной организации 44

Борычева Е.В. Стимулирование интереса студентов к изучению иностранного языка в современных условиях развития общества 51

Тверской А.С. Анализ понятия «цифровая образовательная среда» в психолого-педагогических исследованиях 56

Арзамасцев К.А. Алгоритмический подход к обучению персонала гостиничного комплекса работе с цифровыми технологиями 65

Смирнов Д.Ю. Повышение квалификации и профессиональная подготовка персонала крупных корпораций в международном опыте 68

Орловский А.В. Повышение квалификации среднего медицинского персонала в условиях развития дистанционной медицины 73

Курносова М.В. Сравнительно-сопоставительный анализ международных моделей реализации профессиональных программ магистерской подготовки 77

Каблуков Е.А., Глинкина Д.С. Применение STEAM-технологий в работе по развитию речи дошкольников с ограниченными возможностями здоровья 86

ТУРИСТИКА

Узбекова Е.А. Моделирование процессов влияния системы средств массовой информации на потребительское поведение туристов 97

Круг Э.А. Анализ современного состояния экологического туризма Псковской области 106

Королева Л.В. Развитие экологического туризма в особо охраняемых природных территориях – заповедниках 115

Клевицкая М.С. Формирование устойчивого геобренда в целях повышения туристской привлекательности региона 119

ИНФОРМАЦИЯ

Сведения об авторах 124

Contents 126

Порядок оформления и предоставления статей 128

Свидетельство
о государственной регистрации
ПИ № ФС77-46031
от 5 августа 2011 г.

Зав. редакцией
Е.А. Семина

Научный редактор
Д.А. Махотин

Редактирование и корректура
Ю.И. Носырева

Верстка
Т.В. Соболева

Дизайн макета
Е.А. Ильин

Адрес редакции:
141420, Московская обл.,
г.о. Химки, мкр-н Сходня,
ул. Октябрьская, 10

Адрес издателя:
141420, Московская обл.,
г.о. Химки, мкр-н Сходня,
ул. Октябрьская, 10
Тел.: (495) 574-22-88

Журнал включен
в Перечень рецензируемых на-
учных изданий,
в которых должны быть опу-
бликованы основные научные
результаты диссертаций на
соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание
ученой степени доктора наук

При перепечатке и цитиро-
вании материалов ссылка на
журнал «Вестник РМАТ»
обязательна.

Мнения авторов и редакции
могут не совпадать.

Дата выпуска в свет 20.05.2024.

Формат 70×108/16.

Объем 8 печ. л.

Тираж 1000 экз.

Свободная цена.

12+

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СПА- И ВЕЛНЕС-ТУРИЗМА

В современном обществе сфера оздоровительного спа- и велнес-туризма приобретает все более значимую роль и долю в оздоровительном туризме, в целом оздоровительному туризму среди прочего присуще непрерывное и динамичное развитие. Соответственно, инновации в туризме являются ответом на растущий общественный спрос на оздоровительные услуги. Что касается данных о степени инновационного развития в сфере оздоровительного туризма, на данный момент не существует единых систем измерения, это затрудняет проведение комплексной оценки инновационного развития в сфере отдыха и оздоровления. Данный сектор экономики нуждается в большем количестве экономических исследований, чтобы сделать оздоровительные услуги конкурентоспособными и заслуживающими доверия. Данное исследование направлено на продолжение начатой ранее авторами работы по созданию теоретической бизнес-модели инновационного развития в секторах оздоровительного туризма.

Ключевые слова: бизнес-модель инновационного развития, оздоровительный туризм, спа-туризм, велнес-туризм

The field of health spa and wellness tourism is acquiring an increasingly significant role and share in health tourism in modern society. Health tourism, in general, among other things, is characterized by continuous and dynamic development. Accordingly, innovations in tourism are a response to growing public demand for health services. As for the data on the degree of innovative development in the field of health tourism, there are no unified measurement systems at the moment, that makes it difficult to conduct a comprehensive assessment of innovative development in the field of recreation and wellness. This sector of the economy needs more economic research to make health services competitive and credible. This study is aimed at continuing the work begun earlier by the authors on creating a theoretical business model for innovative development in the health tourism sectors.

Keywords: business model of innovative development, health tourism, SPA tourism, wellness tourism

В течение трех последних десятилетий в мировой экономике произошли масштабные изменения, наметились новые тенденции в спросе и условиях предложения международного оздоровительного туризма. В 1990-е годы в дополнение к традиционному оздоровительному и термальному туризму все большую популярность среди по-

ребителей приобрели новые услуги в области оздоровления и фитнеса. Сформировавшиеся новые тенденции, такие как усиление индивидуализации, демографические преобразования, приверженность здоровому образу жизни, личная ответственность за свое здоровье, образ жизни с высоким уровнем стресса, развитие недугов цивилизации, создали социальную осно-

ву востребованности оздоровительных услуг. Благодаря социальным преобразованиям и благоприятным экономическим показателям, данный сектор экономики становится одним из наиболее динамично развивающихся туристских секторов. В ближайшие десятилетия состоятельные, возрастные, но в то же время активные группы населения могут представлять огромный потенциал развития для оздоровительного туризма.

Понятие «оздоровительный туризм» является весьма широким, непосредственно соприкасающимся с медицинским, рекреационным и лечебным туризмом, а также спа- и велнес-туризмом [1]. Отчетливой тенденцией оздоровительного туризма является его диверсификация, отражающая диверсификацию спроса путешественников и соответствующую сегментацию рынка предложения лечебно-оздоровительных услуг. Сегментированный подход к данному виду туризма раскрывает закрепление и развитие таких сегментов, как «лечебный», «клинический», «медицинский», «оздоровительный», «термальный», «спа-туризм», «wellness-туризм» и др. [4]. Данное разделение достаточно условное и зависит в большей степени от особенностей и степени развития экономики государства. Наиболее часто прибегают к разделению оздоровительного туризма на оздоровительный спа- и велнес-туризм, эстетическую медицину, санаторно-курортный туризм и медицинский туризм.

Понятия спа- и велнес-туризма неразрывно связаны с понятием отдыха, который, в свою очередь, имеет несколько концептуальных определений. Прежде всего, в современном обществе отдых означает растущий массо-

вый спрос на активный спортивный образ жизни вследствие способности его противодействия вредному воздействию философии неконтролируемого потребления на здоровье, эта тенденция сосредоточена на обновлении не только тела, но и духа, что приводит к повышению интеллектуальной и физической работоспособности и трудоспособности. С другой стороны, отдых можно отнести к развлекательным мероприятиям, проводимым в свободное время, которые восстанавливают клиента до такой степени, что он может полноценно, продуктивно и с новой энергией продолжать выполнять свои семейные, корпоративные и общественные обязанности. Особенностью спа и велнеса как одной из сфер оздоровительного туризма является тот факт, что туристы здесь в основном здоровы и посещают туристские программы в первую очередь для профилактики, предотвращения проблем со своим здоровьем. По результатам проведенных опросов, наиболее востребованными видами оздоровительного спа- и велнес-туризма являются комбинированный тур, фитнес-тур, спа-тур, йога-тур. При этом такие «традиционные» виды, как бальнеологические, грязелечебные и климатологические туры, оказались менее предпочитаемыми, что говорит о новых веяниях моды и новых тенденциях современности в предпочтениях клиентов [2].

Велнес (хорошее самочувствие) в своем классическом понимании – это состояние здоровья, когда тело, разум и душа находятся в гармонии. Его ключевыми элементами являются самодисциплинированность, здоровое питание, интеллектуальная активность, фитнес, йога, расслабление, медитация, косметические процедуры.

Спа-туризм неразрывно связан с велнесом, и его целью является обеспечение хорошего самочувствия гостей путем удовлетворения физических, интеллектуальных и эмоциональных потребностей. Данный вид туризма функционирует, опираясь на базу, обслуживающую оздоровительный туризм в целом. Здесь имеются в виду те объекты, услуги которых расслабляют, восстанавливают, улучшают самочувствие гостей, делают их более здоровыми и психически устойчивыми. Следует отметить, что понятие спа-туризма далеко не единообразно, интерпретация его содержания разная и трактуется различно в разных странах. Например, в Европе он используется в первую очередь по отношению к термальным ваннам, предлагающим в основном медицинские услуги, тогда как в странах Северной Америки спа-туризм предполагает услуги, ориентированные исключительно на физическое и умственное восстановление, даже и без термальной воды.

Рассматривая проблематику развития инноваций в сфере оздоровительного туризма, следует отметить, что инновационное развитие предприятия предполагает постоянно действующий и развивающийся комплекс мероприятий по разработке, освоению и внедрению в производство различных нововведений [5]. В то же время все инновационные преобразования в санаторно-курортной сфере сопряжены не только с коммерческими выгодами, но и с рисками. Любой технологический прогресс способствует появлению новых услуг, продуктов, рабочих мест, а самое главное – новых специальностей [3]. В связи с этим особое значение придается обучению персонала, формализации бизнес-процессов

путем разработки операторных схем, которые визуализируют процессы, протекающие во время оказания спа-услуг и позволяют разложить каждый отдельно взятый процесс на мелкие составляющие – операторы [6].

Инновации в контексте организаций оздоровительного туризма – это неизбежная необходимость для компании, стремящейся сохранить конкурентное преимущество и обеспечить долгосрочную жизнеспособность. Конкурентная среда постоянно подчеркивает важность инноваций, поскольку это создает новую ценность, которая опережает конкурентов на динамичном рынке.

Предприятия спа- и велнес-туризма не являются в этом исключением. Инновациям в данной сфере присуща черта ориентированности на клиента, что более тесно увязывает организации с их партнерами, в результате такой подход помогает организации создавать существенную потребительскую ценность.

Экономика оздоровительного туризма как область исследований экономической науки охватывает большое количество вопросов, при этом инновации в данной сфере исследованы недостаточно. Следует отметить, что в литературе по теории инновационного менеджмента (Д. Шумпетер (1960), Уэббер (1996), Циборовски (2004), Харгадон, Саттон (2006)) описано достаточное количество бизнес-моделей инновационного развития коммерческих, по большей части производственных, предприятий, в связи с этим авторы предполагают, что какую-либо их них или несколько из описанных систем можно будет взять за основу при разработке бизнес-модели инновационного развития для предприятий рынка спа- и велнес-туризма.

Бизнес-модели инновационного развития, предложенные в качестве тезисов исследования, были выявлены на основе массива исследований, опубликованных в литературе. В результате мы систематизировали девять различных бизнес-моделей систем инновационного развития. Их характеристики представлены в таблице.

Характеристики систем инновационных бизнес-моделей

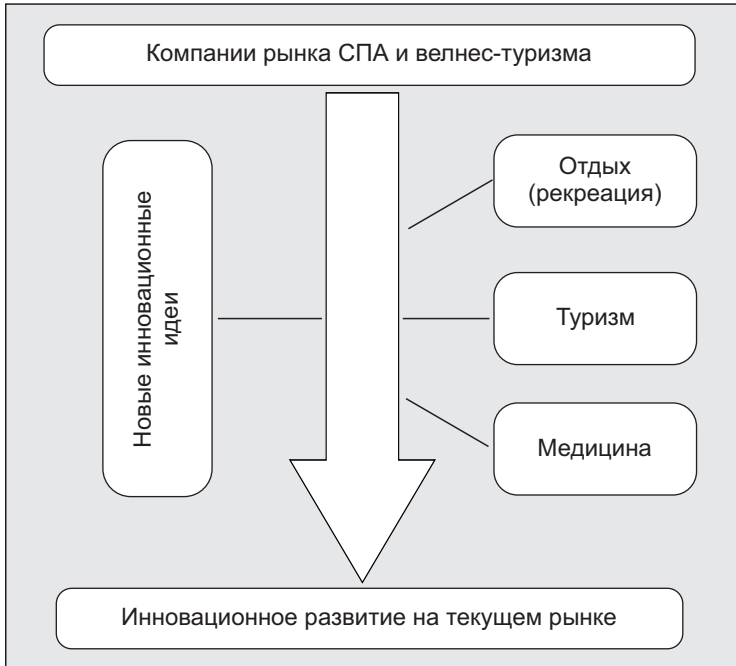
Модель инновационных систем	Характеристика
Научная модель	Линейная модель инновационного процесса, разработанная и продвигаемая наукой
Рыночная модель	Модель инновационного процесса, апробированная и реализованная в рыночной среде
Сопряженная модель	Модель взаимодействия, в которой связи между отдельными элементами являются результатом взаимодействия между наукой, рынком и предприятием
Интегрированные сетевые системы	Основаны на гибких сетевых соединениях – опираются на систему реагирования, обратную связь от потребителя, основной упор делается на непрерывность инноваций
Информационно-коммуникационно-технологическая система	Набор взаимосвязанных элементов, предназначенных для обработки данных с использованием компьютерной техники. По мере развития инновационных систем возрастает роль информационных и коммуникационных технологий; следовательно, можно признать, что эти технологии сопровождают каждое из последующих поколений инновационных систем
Самообучающаяся система	Сосредоточенность на управлении знаниями и обучении с помощью набора электронных инструментов и программ, облегчающих текущую передачу информации и принятие решений
Модель открытых инноваций	Концепция основана на убеждении, что компании могут и даже должны искать идеи и способы создания инноваций не только в своих структурах, но и в своем окружении – среди внешних партнеров (контрагентов)
Инновации, ориентированные на пользователя (UDI)	Подход к инновациям, основанный на спросе. Базируется на убеждении, что потребители оказывают все большее влияние на доступные коммерческие предложения, участвуя в процессе создания продуктов и услуг, которые они приобретают
Диффузные инновационные системы	Сосредоточенность на открытых инновациях внутри и за пределами организации. Инновации создаются (генерируется более высокая ценность) за счет создания эффективной системы передачи знаний (внутри и снаружи)

В результате проведенного анализа существующих бизнес-моделей системы инновационного развития авторы пришли к выводу, что ни одна из них не подходит в полной мере к исследуемой сфере деятельности вследствие того, что инновации в медицине, с одной стороны, имеют прикладной и узконаправленный характер, но в то же время достаточно

широко представлены по специализациям.

В качестве наиболее подходящей для инновационной системы спа- и велнес-туризма разработана бизнес-одель, ко-

торая объединила две бизнес-модели, встречающиеся в теории инноваций, и которую можно назвать *открыто-интегрированной*. Данная бизнес-модель показана на рисунке.



Открыто-интегрированная бизнес-модель инновационного развития для спа- и велнес-туризма

Здесь показаны элементы, характерные, во-первых, для бизнес-модели открытых инноваций, т.е. особенно важны роль внешних партнеров в инновационных процессах и их открытость в процессе поиска идей и способов создания инноваций. Новые идеи, возникающие в компаниях или в их окружении, позволяют создавать инновации на текущем рынке. Во-вторых, данной бизнес-модели присущи черты непрерывности, интегрированной сетевой системы, когда инновации на текущем рынке опираются на обратную связь с потребителем. Данная бизнес-модель, с

одной стороны, позволяет разместить инновационную систему спа- и велнес-туризма достаточно интегрировано к рынку, опираясь на систему реагирования, неразрывно связанную с клиентом, с другой – открыта для обратной связи, для поиска идей и способов создания инноваций среди своих внешних партнеров.

Предприятия сферы оздоровительного туризма сталкиваются с постоянно меняющимися рынками, а это означает, что их существующие бизнес-модели инновационного развития могут не обеспечивать устойчивых конкурентных преимуществ.

Поэтому существует необходимость постоянно трансформировать и обновлять бизнес-модели в ответ на изменения рынка, при этом чем выше степень рыночной ориентации, тем больше вероятность того, что предприятие будет заниматься инновациями. Инновационные бизнес-модели являются решающим движущим фактором в формировании конкурентных преимуществ. Таким образом, согласованность и взаимодействие между рыночной ориентацией и бизнес-моделью инновационного развития могут выступать катализаторами предпринимательской деятельности.

Данное исследование является продолжением исследования в сфере инновационного развития предприятий сферы оздоровительного туризма. Ранее авторы выступили с предложением своего взгляда на бизнес-модель инновационного развития в сфере медицинского туризма как составной части системы оздоровительного туризма. Следующий этап исследования, который необходимо предпринять, – это изучение и разработка аналогичной бизнес-модели систем инновационности для эстетической медицины и санаторно-курортного туризма, а также проверка разработанных бизнес-моделей на практике.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бурменко Т.А. К вопросу о содержании понятия «оздоровительный туризм» // Известия Байкальского государственного университета. 2016. Т. 26, № 1. С. 42–49.
2. Лутошкина А.К. Принцип структуризации пространства регионального туризма // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 8. С. 79–83.
3. Никитина О.А., Воронцова Г.Г. Диверсификация санаторно-курортной деятельности и особенности развития спа-сегмента в индустрии гостеприимства // Фундаментальные исследования. 2014. № 8-3. С. 693–696.
4. Сикорская В.А. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в современных условиях // Вестник РМАТ. 2014. № 3. С. 34–40.
5. Суязов В.Н. Показатели эффективности инновационного развития предприятия // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2009. № 4. С. 31–35.
6. Топольник В.Г., Чухрай И.Ю. Системное представление оказания СПА-услуг в гостиничном комплексе: контроллинг основных процессов // Финансы и учетная политика. 2020. № 6 (21). С. 20–30.

УДК 640.41

Р.М. АРСЕНИЙ

РЕФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Приведен обзор нормативно-правовых актов в области классификации гостиниц. Представлены этапы развития системы классификации за последние пять лет. Выделены проблемы системы классификации гостиниц и предложения Федеральной службы по аккредитации по реформированию системы в 2024–2025 годах. Проведен опрос представителей туристской индустрии, демонстрирующий необходимость изменений в системе классификации средств размещения в целях повышения качества предоставляемых услуг.

Ключевые слова: классификация гостиниц, классификация средств размещения, гостиничный бизнес, гостиничные услуги, туризм, качество гостиничных услуг

The article provides an overview of regulations in the field of hotel classification. The stages of development of the classification system over the past five years are presented. The problems of the hotel classification system and the proposals of the Federal Accreditation Service for reforming the system in 2024–2025 are highlighted. A survey of representatives of the tourism industry was conducted, demonstrating the need for changes in the classification system of accommodation facilities in order to improve the quality of services provided.

Keywords: classification of hotels, classification of accommodation facilities, hotel business, hotel services, tourism, quality of hotel services

В целях предоставления необходимой и достоверной информации о категории гостиницы в России используется система классификации. Под классификацией гостиниц понимается их отнесение к утвержденным правительством категориям путем оценки их соответствия требованиям положения о классификации [6]. В России принята «звездная» система классификации гостиниц, и в соответствии с положением отель может иметь одну из шести категорий: «без звезд», «одна звезда», «две звезды», «три звезды», «четыре звезды» или «пять звезд», где «без звезд» – низшая, а «пять звезд» – высшая категория.

На момент подготовки статьи в реестре классифицированных гостиниц значилось более 24 тысяч активных записей, из которых 361 отель соответствует категории «пять звезд», 2159 гостиницы – категории «четыре звезды», 5559 трехзвездочных гостиниц разных видов, 2626 гостиниц категории «две звезды». Однозвездочных гостиниц в реестре всего 720. Самое большое количество гостиниц категории «без звезд» – их насчитывается более 13 300.

Несмотря на то что гостиницам официально присвоена та или иная категория, потребитель нередко сталкивается с неоправданными ожиданиями. Например, когда забронированный отель категории «четыре

звезды» недостаточно оснащен и не может предложить соответствующие столь высокой категории отеля услуги. Проблемы усугубляются с каждым годом, что не способствует развитию качественного гостиничного сервиса и подрывает доверие потребителей к системе классификации. При этом отмечается закономерность: в странах, где туризм занимает лидирующие позиции, системам классификации уделяется особое внимание, что влияет на качество гостиничного обслуживания [1]. В этой ситуации необходимы кардинальные решения, дающие возможность пересмотреть и поменять порядок оценки гостиниц и ужесточить ответственность участников данной процедуры.

Корень проблем кроется в том, что государственное регулирование системы классификации только за последние пять лет менялось четыре раза. При этом каждый новый орган исполнительной власти переписывает систему или вносит свои инновации. Так, в 2019 году регулирование туристской деятельности перешло от Министерства культуры к Министерству экономического развития. В этот период было принято немало важнейших решений. Прежде всего, эксперимент с обязательной классификацией гостиниц к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018 года был признан успешным, в связи с чем были внесены соответствующие изменения в федеральное законодательство о туризме [13], в Жилищный кодекс [14], утверждено новое положение о классификации [5]. С тех пор классифицируются только гостиницы. Иные средства размещения классификации не подлежат. При этом данная процедура приобрела обязательный характер: в период с 2019 по

2022 год все гостиницы страны поэтапно получали свидетельства о присвоении категории.

В 2020 году Федеральное агентство по туризму было выведено из структуры Минэкономразвития в прямое подчинение Правительству России. Принято новое положение о классификации гостиниц [1], которое ужесточило процедуру (например, была введена обязательная фотофиксация выездной экспертной оценки). В 2022 году указом Президента [12] Ростуризм в целях оптимизации был упразднен, его полномочия были переданы обратно в Министерство экономического развития, где специально созданы две новые структуры: Департамент реализации проектов в сфере туристской деятельности и Департамент развития туризма. Однако спустя год еще одним указом Президента [11] функции Министерства экономического развития по аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, ведение перечня аккредитованных организаций, горнолыжных трасс, пляжей и гостиниц, а также осуществление федерального государственного контроля (надзора) за их деятельностью переданы Федеральной службе по аккредитации (Росаккредитации). За два года после упразднения Ростуризма изменения, которые вносились в положение о классификации, касались только обновления государственного органа: сперва Федеральное агентство по туризму изменили на Министерство экономического развития [7], затем на Федеральную службу по аккредитации [8].

Приступив к новым функциям, Росаккредитация провела ряд опросов; совещаний с представителями бизнеса и экспертным сообществом; сформир-

ровала ряд рабочих групп по вопросам классификации объектов туристической индустрии. В результате этой работы служба выявила следующие основные проблемы системы классификации гостиниц:

1. Гостиницы не соблюдают в полной мере требования положения о классификации:

- чаще всего не соблюдаются требования к квалификации персонала;
- нарушаются требования к комплектации гостиничных номеров;
- не соблюдаются требования к площади гостиничных номеров;
- набор услуг не соответствуют присвоенной гостинице категории.

2. Аккредитованные организации осуществляют некачественную оценку гостиниц:

- специалисты по классификации гостиниц не проходят аттестацию;
- не предусмотрена ответственность аккредитованных организаций и специалистов по классификации за неправомерное присвоение категорий гостиницам.

3. Недостаточный государственный контроль системы классификации:

- отмечается формальный подход федерального органа исполнительной власти к аккредитации организаций, получающих право классифицировать гостиницы;
- отсутствие контроля деятельности аккредитованных организаций.

Специалисты Росаккредитации выявили, что 74% опрошенных представителей туристической индустрии в той или иной мере сталкивались с ситуациями, когда отель оценивался без выезда эксперта. 64% респондентов полагают, что требования к аккредитованным организациям и специалистам по классификации недостаточны.

В октябре 2023 года заместитель министра экономического развития Д.С. Вахруков в ходе пленарной сессии Форума туристских территорий сообщил, что министерство, которое продолжает курировать туризм в России, предлагает ввести заявительный порядок классификации гостиницы от категории «без звезд» до категории «две звезды», т.е. без проведения экспертной оценки их соответствия требованиям положения. По мнению заместителя министра, стоит сделать упор на гостиницы категорий «три звезды» и выше, поскольку именно там качество гостиничного обслуживания требует серьезного контроля [10]. Представители турбизнеса не согласились с этим предложением. По мнению 46% из 280 опрошенных специалистов, классификацию должны проходить гостиницы любой категории в равных условиях [3]. Юрист, сопредседатель Лиги малых отелей, хостелов и туристского жилья Наталья Петровская высказала опасение, что заявительный характер классификации приведет к тому, что недобросовестные предприниматели, не соблюдающие требования системы, будут присваивать себе несуществующие категории [4]. Таким образом, профессиональное туристское сообщество предложения Министерства экономического развития не поддержало.

В апреле 2024 года в ходе парламентских слушаний на тему «Новые подходы к правовому регулированию деятельности инструкторов-проводников и к классификации средств размещения» руководитель Федеральной службы по аккредитации Н.В. Скрыпник презентовал широкой общественности проект реформирования системы классификации объектов туристской индустрии [2].

Реализация проекта по реформированию системы классификации предусматривает выполнение трех задач.

Задача 1. Внесение в реестр всех средств размещения. Классификация станет обязательной не только для гостиниц, но и для иных средств размещения, включая санаторно-курортные организации, кемпинги, глэмпинги, гостевые дома и пр. В обязательном порядке средство размещения должно соответствовать как минимум категории «без звезд» на основании «самооценки» по чек-листу. Оценка гостиниц и санаториев для присвоения категорий от одной до пяти звезд будет производиться экспертами.

Требования к аккредитованным организациям и экспертам будут повышены. Эксперт сможет работать только в одной организации, в которой должно быть не менее пяти экспертов. Он не может владеть или управлять гостиницами, а производимая им оценка будет фиксироваться на видео. Все эксперты по классификации гостиниц будут внесены в электронный реестр, поэтому критерии их включения в него также будут повышены: у эксперта должно быть высшее образование в сфере туризма либо профессиональная переподготовка; опыт работы в туризме не менее двух лет (а для оценки гостиниц категорий «четыре звезды» и «пять звезд» – опыт работы на руководящей должности в гостинице не менее двух лет). Более двух нарушений, допущенных экспертом, повлекут его дисквалификацию на два года. Внимание к квалификации экспертов будет серьезное, поэтому такие специалисты должны будут проходить обучение, аттестацию и каждые два года повышать квалификацию по одобренным программам вузов.

Росаккредитация предлагает ввести региональный контроль за деятельностью средств размещения, которые будут принимать и обрабатывать жалобы потребителей услуг. В случае необходимости проведения дополнительной проверки такие жалобы будут направляться в аккредитованную организацию, проводившую оценку данного средства размещения, после чего комиссия по апелляциям будет принимать решение, включая решение о понижении категории или исключении средства размещения из реестра, что означает прекращение предоставления им услуг.

Задача 2. Внедрение удобных цифровых сервисов в сфере гостеприимства. В конце марта 2024 года Росаккредитация представила проект платформы «Гостеприимство», которая объединит всех участников системы классификации: средства размещения, аккредитованные организации и экспертов, региональные контрольно-надзорные органы и федеральные органы исполнительной власти, агрегаторов, туроператоров и турагентов, туристов. Все участники смогут взаимодействовать посредством соответствующих сервисов. Сама же процедура классификации средства размещения будет поэтапно – от заявки до результата оценки – реализована на этом портале.

Задача 3. Обеспечение доступа к достоверной информации обо всех средствах размещения России. С помощью цифрового паспорта средства размещения туристы, участники классификации и все заинтересованные лица смогут узнать полную и достоверную информацию о средстве размещения, его категории, особенностях, услугах, ссылках на сайт и внешние системы

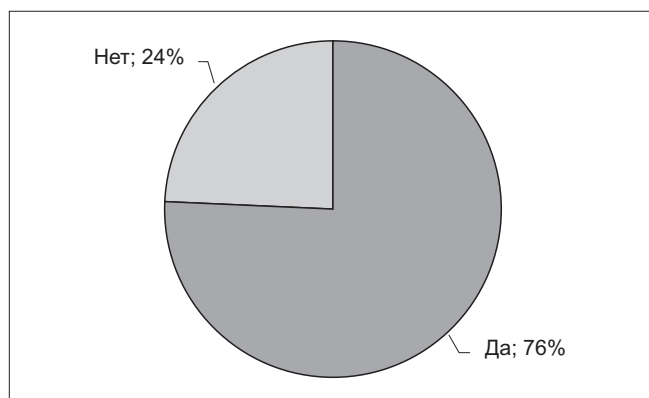
бронирования номеров и услуг в сети Интернет.

Для того чтобы добиться решения поставленных задач, необходимо внести ряд серьезных изменений в действующие нормативно-правовые акты. Во-первых, в целях укрупнения аккредитованных организаций будут изменены правила аккредитации организаций, осуществляющих деятельность по классификации средств размещения. Во-вторых, для включения в государственный реестр всех средств размещения потребуется внести изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Правила ведения реестра

классифицированных средств размещения и обновить Положение о классификации средств размещения.

Процесс реформирования системы классификации начат в феврале 2024 года и будет завершен к сентябрю 2025 года [9].

В процессе подготовки данной статьи было проведено исследование мнения 104 представителей профессионального туристского сообщества, среди которых работники гостиниц, туроператоров и турагентств, эксперты в области гостиничного бизнеса, представители научно-педагогического сообщества в сфере туризма и гостеприимства, путешественники (рисунок).



Ответы представителей туристической индустрии на вопрос «Рассматриваете ли вы классификацию как средство управления качеством гостиничных услуг?»

Большинство респондентов полагает, что приведение гостиниц и иных средств размещения в соответствие с требованиями, предъявляемыми системой классификации, обеспечит как минимум базовый уровень качества предоставляемых услуг в соответствии с той или иной категорией. При этом 24% опрошенных классификацию не соотносят с понятием качества и считают, что присвоенная средству размещения категория всего лишь инфор-

мирует потребителя о наборе услуг и оснащении предприятия.

Действительно, какая бы категория средству размещения присвоена ни была, она свидетельствует об определенном уровне его оборудования и оснащенности, комплектации гостиничных номеров, ассортименте гостиничных услуг, квалификации персонала. Но прежде чем получить категорию, предприниматель, предоставляющий гостиничные услуги,

должен привести свою гостиницу в строгое соответствие требованиям, предъявляемым к той или иной категории. А после получения свидетельства – поддерживать должный уровень на протяжении трех лет, пока оно действует.

Таким образом, система классификации позволяет управлять качеством гостиничного обслуживания: планировать и внедрять технологии,

инновации, стандарты; осуществлять мониторинг соответствия гостиницы всем критериям и контролировать их исполнение. Реформирование системы классификации и распространение ее не только на гостиницы, но и на все средства размещения позволит повысить ответственность участников этой процедуры, а значит, и улучшить качество обслуживания туристов и отдыхающих.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Краснова Е.А., Маврина Н.Ф. *Международный опыт классификации гостиниц и иных средств размещения // Гуманитарные технологии в современном мире: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Калининград, 17–19 мая 2018 г.). Калининград: Западный филиал РАНХиГС, 2018. С. 238–240.*

2. *Официальный сайт Росаккредитации. Назарий Скрыпник в Госдуме представил предложения по реформе классификации гостиниц.* URL: <https://fsa.gov.ru/press-center/news/21202> (дата обращения: 01.03.2024).

3. Портал Profi.Travel. *Турбизнес не согласен с Минэком: упростить классификацию отелей 0–2* опасно.* URL: <https://profi.travel/news/58293/details> (дата обращения: 01.03.2024).

4. Портал RATA News. *Турбизнес обсуждает инициативы Минэкономразвития по классификации гостиниц.* URL: <https://ratanews.ru/news/general/turbiznes-obsuzdaet-iniciativu-minekonoprazvitiia-po-klassifikacii-gostinic> (дата обращения: 01.03.2024).

5. *Постановление Правительства Российской Федерации от 16.02.2019 № 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц».* URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201902190008> (дата обращения: 01.03.2024).

6. *Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц».* URL: <http://government.ru/docs/all/131083> (дата обращения: 01.03.2024).

7. *Постановление Правительства РФ от 26.12.2022 № 2426 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».* URL: <http://government.ru/docs/all/145205> (дата обращения: 01.03.2024).

8. *Постановление Правительства РФ от 28.12.2023 № 2354 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам классификации объектов туристской индустрии».* URL: <http://government.ru/docs/all/151565> (дата обращения: 01.03.2024).

9. *Проект «Нет звезд». Роман Арсений: реформирование системы классификации гостиниц.* URL: <https://dzen.ru/a/ZhJ6UwAI62ZILUEF> (дата обращения: 01.03.2024).

10. РИА «Новости». *Минэкономразвития предлагает упростить классификацию отелей.* URL: <https://realty.ria.ru/20231011/oteli-1902055969.html> (дата обращения: 01.03.2024).

11. *Указ Президента Российской Федерации от 08.08.2023 № 588 «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности».* URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/49710> (дата обращения: 01.03.2024).

12. *Указ Президента Российской Федерации от 20.10.2022 № 759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности».* URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202210200001> (дата обращения: 01.03.2024).

13. Федеральный закон от 05.02.2018 № 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42801> (дата обращения: 01.03.2024).

14. Федеральный закон от 15.04.2019 № 59-ФЗ «О внесении изменений в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44169> (дата обращения: 01.03.2024).

УДК 332.1

Е.В. МАРЧЕНКО

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ

Социальное предпринимательство развивается в разных сферах деятельности, позволяя создавать продукт или оказывать услуги для различных категорий потребителей. В регионах России имеется высокая потребность в развитии социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальный эффект, незащищенные категории граждан, региональная политика

Social entrepreneurship develops in different fields of activity, allowing you to create a product or provide services for different categories of consumers. There is a high need for the development of social entrepreneurship in the regions of Russia.

Keywords: social entrepreneurship, social effect, vulnerable categories of citizens, regional policy

Социальное предпринимательство как вид предпринимательской деятельности и общественное явление набирает большую популярность в мире. Изучение этого явления будет проведено по нескольким направлениям: понимание социального предпринимательства, рассмотрение мифов и заблуждений относительно социального предпринимательства, реальность социального предпринимательства в глобальном контексте и в регионах России.

Понимание социального предпринимательства. Цель деятельности социального предприятия – решить социальные или экологические проблемы общества. Задача такого предприятия состоит в создании и оказании социального воздействия, получении положительного социального эффекта. Процесс создания социального предприятия – это и есть социальное предпринимательство. Есть две основные социальные миссии, которые используются в бизнес-моделях для покры-

тия операционных и эксплуатационных расходов в деятельности предприятия при решении социальных вопросов. Социальное предприятие является юридическим лицом, зарегистрированным в установленном порядке. По цели деятельности занимает промежуточное положение между коммерческой фирмой, стремящейся извлекать прибыль путем удовлетворения общественных потребностей, и благотворительной организацией, решающей социальные вопросы без извлечения прибыли от своей хозяйственной деятельности. С одной стороны, социальное предприятие должно генерировать доход для покрытия операционных издержек, с другой – необходимо создавать социальный эффект при решении проблем определенных категорий граждан, социально незащищенной части общества [4]. Успешное социальное предприятие может оказывать финансовые услуги для борьбы с бедностью, например выдавать кредиты на льготных условиях

женщинам, проживающим в сельской местности. Такое социальное предприятие получает доход в виде процентов по предоставляемым кредитам, но этот доход никогда не будет сопоставим с доходами коммерческого банка, так как процент по кредитам, выданным женщинам, проживающим в сельской местности, значительно ниже процентов по кредитам коммерческого банка. Социальное предприятие получает доход от своей деятельности, но направляет его на расширение деятельности, чтобы помочь большему количеству людей.

Мифы и заблуждения относительно социального предпринимательства. Социальное предпринимательство отличается от благотворительности, корпоративной социальной ответственности, деятельности неправительственных общественных организаций характером своей деятельности и рядом других черт. Коммерческие компании, финансирующие программы защиты экологии или другие социальные вопросы общества, занимаются благотворительностью, направляя на это часть своей прибыли, но при этом остаются коммерческими фирмами, а не социальными предприятиями. Различные фонды и общественные организации берут на себя ответственность в решении социальных и экологических проблем граждан, но они используют средства, получаемые в виде пожертвований или обязательных взносов участников этих фондов и общественных организаций, что тоже отличает их от социального предприятия. Существует два основных фактора, которые могут определять то или иное предприятие как социальное. Во-первых, социальная миссия, которой не хватает коммерческим

предприятиям и компаниям. С другой стороны, необходимость получать доход от продажи определенной продукции или оказания услуг. Поэтому социальное предприятие нельзя сравнивать с благотворительными фондами и общественными организациями. Если рассматривать корпоративную социальную ответственность, то это краткосрочная деятельность, в рамках которой финансируется социальный проект в виде меценатства в сфере экологии или образования людей. В то время как социальное предприятие создается на длительный срок, регистрируется как организация, занимающаяся хозяйственной деятельностью по производству продукта или оказанию услуг социально незащищенным категориям граждан. Поэтому долгосрочный характер и зарегистрированная форма деятельности социального предприятия отличают его от краткосрочных инициатив коммерческой фирмы.

Перед социальным предприятием фактически стоит дилемма по решению взаимно противоположных задач и амбиций. Необходимо достичь нескольких целей одновременно: оказать позитивное социальное воздействие, с одной стороны, и выйти на самоокупаемость – с другой. Это, конечно же, создает определенные противоречия. Так, например, компания, если у нее есть дополнительные финансовые ресурсы, может столкнуться с вопросом о том, куда их инвестировать: направить их на увеличение помощи людям, находящимся в тяжелой жизненной ситуации, защитить природу или инвестировать эти средства в дивиденды для акционеров или даже увеличить денежные резервы и способности наращивать возможности для сотруд-

ников. Это когда у социального предприятия появляется дополнительный доход. Что же происходит, если у социального предприятия недостаточно доходов? Куда же они в большей степени должны направлять ресурсы? И это всегда будет большой дилеммой в социальном предпринимательстве.

Реальность социального предпринимательства в глобальном контексте и в регионах России. Во многих странах, в том числе США и Европейском союзе, Юго-Восточной Азии, есть законодательная база и очень существенные стимулы для поддержки социального предпринимательства. Например, в Южной Корее, Японии, на Тайване активно развивается социальное предпринимательство. В Великобритании более 100 тысяч социальных предприятий, в социальном предпринимательстве занято около 2 млн сотрудников, которые вносят около 60 млрд фунтов стерлингов в ВВП Англии. Правительства многих стран признают значимость социального предпринимательства и создают условия для позитивных изменений и поддержания данного движения. К ним можно отнести инициативное финансирование социальных проектов, наставничество и дополнительные ресурсы для поддержания социального предпринимательства. Так, в 2016 году по опросам, проводимым в разных странах, в десятку стран, поддерживающих социальные предприятия, входили США, Канада, Великобритания, Сингапур, Израиль, Чили, Южная Корея, Гонконг, Малайзия, Франция. В этих странах наиболее выгодно быть социальным предпринимателем. В 2019 году при исследовании стимулов для развития социального предпринимательства в тройку стран вошли Канада, Австралия, Франция

[1]. Социальное предпринимательство сталкивается со значительными вызовами, такими как поиски финансирования, недостаточная осведомленность, понимание данного сектора, а также ограниченная государственная поддержка. Все эти вызовы должны быть решены системно, в том числе с помощью поддержки экосистемы социального предпринимательства.

В регионах России повышается число компаний, относящихся к социальному предпринимательству. Так, например, производство товаров личного потребления, гигиены, требующих обеспечения экологической безопасности для человека, но с низкими экономическими затратами, низкой стоимостью для повышения доступности этих товаров для бедных слоев населения. Образовательные программы профессиональной подготовки для слабослышащих и глухих, для людей с ограниченными возможностями позволяют получить новые профессиональные навыки для больших успехов в работе. Предоставление помощи беженцам, семьям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, в виде работы и питания, проживания и поддержки также встречается в сегодняшних условиях (и экономических, и социальных, и политических). Компании оказывают поддержку мелким фермерам, ориентированным на расширение географии своих продаж, беря на себя операционные расходы на расширение рынка продаж сельхозпродукции, поиск покупателей для увеличения прибыльности мелких фермеров.

Экосистема социального предпринимательства имеет достаточно много возможностей развития в различных

сферах деятельности. Чтобы ее поддерживать, государство должно создавать благоприятные условия для компаний, относящихся к социальному предпринимательству, путем принятия соответствующих программ повышения значимости социального предпринимательства, его престижа, одобрения обществом и привлечения молодежи в эту сферу предпринимательства. Государство призвано решать проблемы общества, и эта модель становится эффективной для решения многих социальных вопросов без ориентации на высокий уровень прибыли от хозяйственной деятельности [2]. Социальное предпринимательство оказывает положительный общественный эффект, делая государство и общество более устойчивыми и справедливыми. Использование дохода от предпринимательской деятельности и инвестирование его в расширение деятельности социального предприятия дает больше шансов и больше возможностей укреп-

пить свое положение на рынке услуг социального предпринимательства [3].

Развитие социального предпринимательства дает в целом положительный эффект и в развитии региональной экономики, так как повышается занятость населения, растут доходы граждан, увеличиваются валовой региональный продукт и товарооборот, покупательная способность населения. Именно поэтому в современных условиях органы региональной власти должны создавать благоприятные условия для развития компаний, занимающихся социальным предпринимательством. Роль региональной власти увеличивается посредством механизмов финансирования, наставничества, законодательной поддержки таких компаний и популяризации этого процесса. Результатом такой деятельности является более устойчивое общество со сниженным социальным напряжением и высоким экономическим потенциалом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Марченко Е.В. *Кросс-культурный менеджмент в современных условиях управления бизнесом* // Вестник РМАТ. 2023. № 1. С. 98–104.
2. *Официальный сайт «Российский союз промышленников и предпринимателей»*. URL: https://rspp.ru/sustainable_development/social/ (дата обращения: 20.10.2023).
3. *Приказ Минэкономразвития России от 29.11.2019 № 773 «Об утверждении Порядка признания субъекта малого или среднего предпринимательства социальным предприятием и Порядка формирования перечня субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих статус социального предприятия»*.
4. *Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации” в части закрепления понятий “социальное предпринимательство”, “социальное предприятие”*. URL: <https://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201907260077?index=1> (дата обращения: 20.10.2023).

УДК 336.71

И.О. ЧУДАЙКИН

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Рассматривается проблема внедрения банковских инноваций. Проведен анализ определений банковских инноваций. Выявлены особенности банковского продукта. Особое внимание уделено структуре процесса внедрения инноваций в банке. Определены основные факторы, влияющие на процесс внедрения банковских инноваций. Установлено, что человеческий фактор является доминантой, влияющей на успех внедрения инноваций в банке.

Ключевые слова: банковские инновации, внедрение инноваций, проблемы при внедрении инноваций

The article deals with the problem of introducing banking innovations. The analysis of definitions of banking innovations is carried out. The features of the banking product are revealed. Special attention is paid to the structure of the innovation implementation process in the bank. The main factors influencing the process of introducing banking innovations are identified. It has been established that the human factor is the dominant factor influencing the success of innovation implementation in the bank.

Keywords: banking innovations, the introduction of innovations, problems in the implementation of innovations

В настоящее время изменения внешней среды, экономическая нестабильность и санкции стали новой реальностью в жизни РФ. Это касается как финансово-кредитных институтов в целом, так и деятельности банков в частности, что потребовало корректировки стратегии и переосмысливания последствий внедрения банковских инноваций [9, 12].

Конкурентные преимущества банков в современных условиях быстро изменяются и имитируются, жизненный цикл становится короче. В существующих условиях жесткой конкуренции прочная позиция организаций, в том числе и банков, на рынке зависит от способности создавать новые и эффективные модели видения бизнеса. Одним из перспективных развивающихся направлений в настоящее время

является концепция внедрения инноваций и в особенности стратегических инноваций [2, 4].

При рассмотрении термина «банковские инновации» авторы делают упор в своих определениях на отличительные особенности банковского товара. Они делят его на две части: банковский продукт и банковская услуга. По мнению некоторых авторов, например И.О. Лаврушина, «банковская услуга – совокупность действий по созданию банковского продукта» [7]. Другие авторы считают, что формой материализации банковского продукта или услуги могут выступать кредитная карта, договор на обслуживание оплаты жилищно-коммунальных и других услуг, золотые слитки или монеты [13]. Однако большинство авторов выделяют одну общую черту банковского

товара – его нематериальность и неосвязаемость [1, 4, 7, 13]. Л.Т. Хасанова и Н.П. Абаева подчеркивают связь банковского товара с временными и денежными ресурсами [1].

Н. Лабуткина разделяет понятия банковского продукта и банковской услуги: «Банковскими продуктами являются векселя, чеки, банковские проценты, депозиты, сертификаты и т.п.

Банковская услуга – это банковская операция по обслуживанию клиента. Сходство банковского продукта и услуги в том, что они призваны удовлетворять потребности клиента и способствовать получению прибыли. На наш взгляд, необходимо рассмотреть принципиальные отличия товара от услуги и связать это с инновационным процессом (табл. 1)» [6].

Таблица 1

Сравнительная характеристика материальных товаров, услуг и банковского товара

Материальный товар	Услуга	Банковский товар	Банковская услуга
Материальный	Нематериальная	Частично материальный	Нематериальная
Функциональность	Неосвязаемость	Отсутствует	Неосвязаемость
Социальная значимость	Неотделимость от производителя	Отсутствует	Неотделимость от производителя и может быть социально значимой
Надежность	Непостоянное качество	Отсутствует	Непостоянное качество
Эстетичность	Несохраняемость	Отсутствует	Отсутствует
Безопасность	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Эргономичность	Нематериально удобна	Отсутствует	Нематериально удобна
Эмоциональность	Эмоциональность	Эмоциональность	Эмоциональность
Стандартизация	Невозможность стандартизации	Отсутствует	Невозможность стандартизации

Анализ таблицы показывает, что в основном банковский товар можно отнести в большей степени к термину «банковская услуга», так как даже банковские карты, договоры и т.д. потребитель получает через банковского служащего. Таким образом, можно сказать, что банковские инновации – это внедрение инновационных услуг. Проведя исследования термина «банковские инновации», автор предлагает свое определение. Банковская

инновация – это конечный результат инновационного процесса, выведенный на рынок, принятый потребителями, изменяющий ситуацию на рынке, повышающий конкурентную позицию банка и окупающийся в короткие сроки.

Предложенное определение будет считаться базой в процессе дальнейших исследований автора по данному направлению. Такое определение, на наш взгляд, охватывает все стадии

процесса внедрения инноваций и затрагивает его стратегические элементы.

Таким образом, банковские инновации являются нематериальными активами и влияют на укрепление материальной базы, на вектор стратегического развития банка, на поиск новых методов управления банковской деятельностью, внедрения новых технологий, что приводит к увеличению капитала банка, повышает его информационную безопасность и конкурентоспособность.

Проведенные исследования показали, что российские банки активно вне-

дряют инновации в свою деятельность [10]. В рейтинге инновационности банков «Сколково» отмечается, что Сбербанк занял первое место по итогам первого полугодия 2023 года. Также в 2022 году в «Сколково» проводили исследование по 19 критериям, которые сгруппированы в пять блоков: инновационная оргструктура, инвестиции в инновации, сотрудничество со стартапами, мероприятия, направленные на работу с инновациями и поддержку проектов на ранних стадиях, цифровые сервисы, на основании которых был составлен рейтинг инновационности банков (рис. 1).

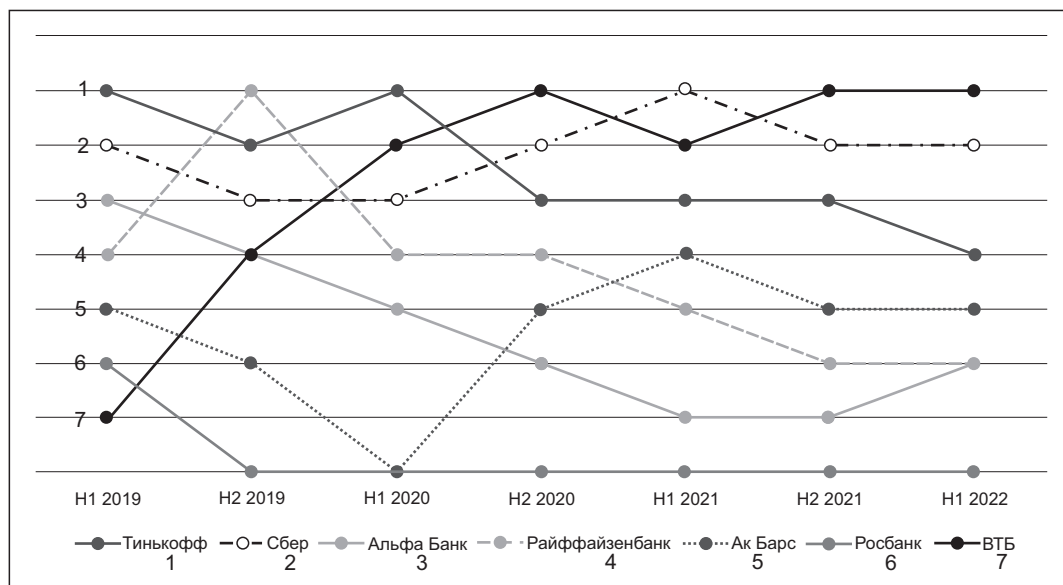


Рис. 1. Рейтинг инновационности банков за 2019–2022 гг.

Банки «Открытие», ВТБ и Сбербанк стали лидерами блока «Сотрудничество со стартапами». Активно внедряют приложение «Госключ» в дистанционное осуществление своих сервисов и услуг банки «Тинькофф», «Совкомбанк» и «Почта банк». Запустили собственные ЦФА-платформы «Альфа-Банк» и «Сбербанк». «Мо-

сковский кредитный банк» продолжает внедрять системы видеоаналитики, направленные на анализ удовлетворенности клиентов на всех этапах обслуживания. Для повышения удовлетворенности клиентов «Альфа-банк» будет задействовать нейронные сети. Одно из направлений деятельности банка «Русский стандарт» – развитие

сервисов по оплате смартфоном в одно касание, банк «Абсолют» продолжит развивать сервисы на базе биометрии. «Альфа-банк» активно внедряет операции с использованием цифрового рубля.

Кроме того, многие российские банки запланировали на 2023–2024 годы нововведения, в основе которых лежат инновационные технологии – от искусственного интеллекта до машинного зрения [10].

Однако, несмотря на развитую систему внедрения инноваций, не всегда этот процесс бывает успешным, а некоторые инновации даже не доходят до потребителей.

Процесс создания и внедрения банковских инноваций в России является одним из основных направлений экономического развития. Этому вопросу посвящены исследования российских ученых, среди которых работы И.Г. Балабанова, В.В. Иванова, О.И. Лаврушина, И.С. Милюхина, А.И. Полищук, Е.М. Поповой, Н.Х. Токаева и др. [3, 8]. Однако существующие научные направления не охватывают всего спектра проблем внедрения инноваций в банковскую деятельность в настоящих условиях, таких как неопределенность сегодняшней ситуации, дополнительные риски, организационная деятельность банков, изменения принципов внедрения инноваций, особенно при внедрении инновационных стратегий, учет человеческого фактора. Таким образом, не учитываются все стадии процесса внедрения.

Инновационный процесс внедрения инноваций состоит из стадий инициации, подготовки и продвижения:

- на стадии инициации проводится экономическое обоснование инновации, выбор аудитории (на кого

рассчитана инновация), изучаются требования заинтересованных лиц, оцениваются риски и определяются критерии успешного завершения внедрения инновации;

- стадия подготовки включает покупку нового оборудования, при необходимости изменения в организационной структуре, организационные мероприятия по подготовке сотрудников к использованию инноваций в работе с клиентами;
- на стадии продвижения формируется и анализируется целевая аудитория клиентов, выбираются коммуникации и средства продвижения инноваций.

Все стадии между собой взаимосвязаны, и каждая из них является логическим продолжением предыдущей, тем самым обуславливая влияние на остальные. Поэтому при организации процесса внедрения инноваций необходимо проводить стратегическое регулирование.

Следует отметить, что самое главное в инновационной деятельности – это наличие спроса и окупаемости инвестиций. Поэтому очень важно на стадии инициации процесса грамотно провести технико-экономическое обоснование, на стадии подготовки – обучить персонал и снизить уровень сопротивлений, а на стадии продвижения – правильно провести сегментацию и выбрать каналы коммуникации [5].

Автором были проведены кабинетные и полевые исследования процесса внедрения банковских инноваций и были выявлены ключевые факторы, сдерживающие развитие и внедрение банковских инноваций (рис. 2, составлен автором на основе опросов банков), к ним относятся:

1) недостаточный технологический уровень банков (60%);

2) зависимость банковской системы от рынка внешнего капитала, что связано с возможной потерей капитала банков (75%);

3) дефицит квалифицированных сотрудников в поддержке и продвижении инноваций (87%);

4) недоверие инвесторов и вкладчиков к деятельности банков (67%);

5) сопротивление персонала внедрению инноваций из-за страха не справиться, потерять работу (79%);

6) отсутствие возможностей для развития кредитных операций как одного из основных банковских продуктов (52%);

7) высокий уровень инфляции, который приводит к обесцениванию капитала банков и национальной валюты (56%);

8) высокий уровень конкурентной борьбы на рынке, выражающийся в копировании новых продуктов и услуг (76%);

9) законодательные ограничения в части идентификации и договорного обслуживания (53%).

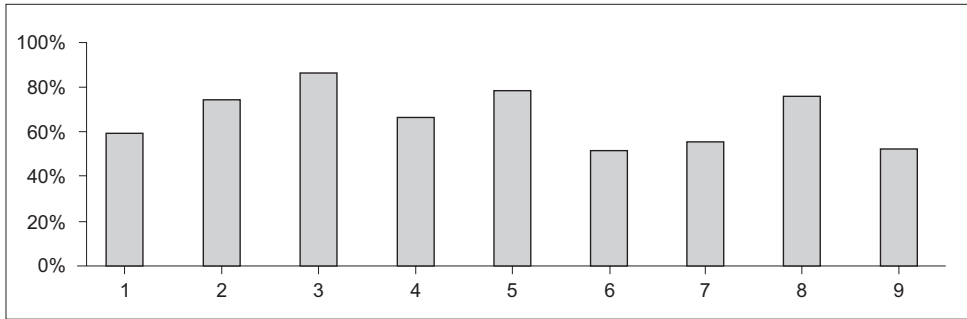


Рис. 2. Факторы, влияющие на внедрение банковских инноваций

Анализ рассматриваемых факторов показывает, что перечисленные причины в большинстве своем носят стратегический характер или связаны с человеческим фактором.

Й. Шумпетер [14] указывал, что внедрение инноваций под силу только лицам, обладающим соответствующими качествами, такими как:

- опора на собственные силы;
- предпочтение риска;
- ценность собственной независимости;
- ориентация на собственное мнение;
- потребность в достижении успеха;
- стремление к нововведению.

Автор на основе анализа деятельности российских ученых, которые создали ав-

торитетные научные школы, а их идеи воплотились в уникальные изобретения и продукты в самых разных областях – от химии и физики до космологии (Лев Ландау, Николай Басов, Петр Капица, Леонид Канторович, Игорь Курчатов, Андрей Сахаров, Сергей Королев), выделил такие их качества:

- непоколебимый оптимизм;
- лидерство;
- стремление к риску в работе и в жизни;
- умение влиять на людей;
- предприимчивость и новаторское предвидение [5].

Таким образом, на основе проведенного анализа выявлено, что человеческий фактор является доминантой,

влияющей на успешность внедрения инноваций на всех его стадиях.

Влияние человеческого фактора проявляется в виде дистанций путем взаимодействия его участников в форме совещаний, согласований, обсуждений, переговоров и т.д. [5].

Для определения влияния человеческого фактора на внедрение инноваций были выявлены и систематизированы виды дистанций между участниками на каждой стадии внедрения инноваций (табл. 2).

Таблица 2

Дистанции в инновациях

№ п/п	Виды	Сущность	Способы сокращения
1	Социально-психологические	Статус, черты характера	Шкала Богардуса
			Анализ и корректировка спиральной динамики
2	Географические	Разное место расположения	Необходимые ресурсы и средства коммуникации
3	Культурные	Разный уровень развития по спиральной динамике	Необходимые ресурсы и средства коммуникации
			Анализ и корректировка спиральной динамики
4	Технологические	Различия в используемых технологиях	Необходимые ресурсы и средства коммуникации
			Необходимый уровень технического и технологического оснащения

Определение и сокращение дистанций между участниками на стадиях процесса внедрения инноваций способствуют его временному сокращению, снижению затрат и повышению эффективности.

Таким образом, в статье были проанализированы определения банковских инноваций и предложено свое определение. Показана роль банков-

ских инноваций в деятельности банков. Раскрыты особенности структуры процесса внедрения инноваций. Выявлены проблемы, влияющие на внедрение банковских инноваций. Показано, что человеческий фактор является доминантой, определяющей успех внедрения инноваций, выявлены и классифицированы виды дистанций между участниками на всех стадиях процесса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Абаева Н.П., Хасанова Л.Т. Конкурентоспособность банковских услуг. М.; Ульяновск: UISTU, 2012.
2. Андреев В. Ключевые факторы успешности российских инновационных проектов в реальном секторе экономики // Вопросы экономики. 2019. № 1. С. 41–61.
3. Балабанов И.Г. Инновационный менеджмент. Прогнозирование. Реинжиниринг. Бенчмаркинг: учебник. М.; СПб.: Питер, 2000.

4. Жеребко О.О., Ягунова Е.Л. Современные тенденции развития банковских инноваций. Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-razvitiya-bankovskih-innovatsiy/viewer> (дата обращения: 20.02.2024).
5. Костина Г.Д., Кузьмина Ю.П. Проблемы управления потребительским поведением в условиях глобализации рынка // Тезисы докл. Междунар. науч.-практ. семинара. М.: МИЭТ, 2009.
6. Костина Г.Д., Моисеева Н.К. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг. М.: Омега-Л, 2013. 179 с.
7. Лабуткина Н. Понятие банковского продукта и услуг. URL: <https://dzhankoy.rk.gov.ru/structure/0d06f8cd-7339-4659-893d-139d4a2899cc> (дата обращения: 20.02.2024).
8. Лаврентьева Е.Е. Неоднозначность трактовки термина «банковская услуга» // Научный журнал СПбГУН ИТТ. Сер.: Экономика и экологический менеджмент. 1(10). URL: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/6785-pdf> (дата обращения: 20.02.2024).
9. Официальный сайт банка России. URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 20.02.2024).
10. Официальный сайт Фонда «Сколково». URL: <https://sk.ru/news/skolovo-opredelil-samye-innovatsionnye-banki-rossii-po-itogam-i-polugodiya-2022-goda> (дата обращения: 20.02.2024).
11. Руководство. Осло. 2018. 4-е изд. URL: <http://www.scienceportal.org.by/print/news/Oslo-Manual-2018-Nov18.html> (дата обращения: 20.02.2024).
12. Санкции против банковского сектора РФ. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17139119> (дата обращения: 20.02.2024).
13. Стратегические финансы. Междисциплинарные методы обучения / П. Семенкова и др. М.: Дело, 2013.
14. Шумпетер Й.О. Теория экономического развития. Капитализм. Социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 234 с.

КАДРЫ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

Статья посвящена проблемам подготовки специалистов для развития устойчивого туризма. Раскрываются требования к профессиональной подготовке студентов туристского профиля обучения. Авторы уделяют особое внимание распределенной ответственности системы образования и работодателей в подготовке кадров для устойчивого туризма.

Ключевые слова: устойчивый туризм, кадры для устойчивого туризма, профессиональная подготовка, практикоориентированность, взаимодействие с работодателями

The article is devoted to the issues of training specialists for the development of sustainable tourism. The requirements for the vocational training of tourism education students are revealed. The authors pay special attention to the distributed responsibilities of the education system and employers in training personnel for sustainable tourism.

Keywords: sustainable tourism, personnel for sustainable tourism, vocational training, practice orientation, interaction with employers

Руководство страны – и Президент, и Правительство России – ставит задачи по развитию внутреннего туризма. На совещании по туризму в конце июня 2023 года В.В. Путин отметил: «Общая задача и государства, и отечественного бизнеса – обеспечить рост качества туристических услуг и инфраструктуры, стремиться здесь к самым высоким стандартам комфорта, доступности, безопасности, исходить из запросов и потребностей людей с самым разным достатком: и молодежи, и других разных возрастов и поколений, и, конечно же, семей с детьми» [3].

В 2022 году въездной туристский поток в Россию составил 8,4 млн человек. Эксперты оценили затраты одного побывавшего в России иностранного туриста в 760 долларов. Это те деньги, которые он внес в экономику России. Въездной же туристский поток в это время составил 22,5 млн человек.

По подсчетам, каждый российский турист потратил примерно 1200 долларов на зарубежную поездку. И даже если предположить, что какая-то часть этой суммы осталась на счетах нашего туроператора, то все равно картина вроде бы невеселая: ориентировочно завозим 6,4 млрд долларов, вывозим – 27 млрд. В этом и наша проблема... и наша перспектива. Проблема в том, что Россия – это северная страна, пусть у нас есть теплые Черное и Каспийское моря, но у нас нет ни мангровых зарослей, ни пальмовых островов, ни коралловых рифов, ни голубых лагун. Поэтому наши люди ездили и будут ездить за экзотикой, их нельзя лишать такого права. Но вот первую цифру по въездному туризму мы вполне можем выправить в сторону роста. И оттолкнуться надо от обозначенного президентом направления движения – в сторону доступного туризма. А доступность его будет определяться в том числе и его устойчивостью. По протоп-

таным нашими туристами тропам протянутся и зарубежные гости, а Россия, как известно, изобилует и памятниками культуры, истории, архитектуры, и богатейшими природными ландшафтами, и источниками целебной силы.

Устойчивость туризма – тема непростая. Это в первую очередь развитие, при котором достигается успех в реализации поставленных целей. Попросту – это туризм, как любит говорить наш президент, всерьез и надолго.

Устойчивость туризма как явления во многом определяется его кадровым составом, теми людьми, которые посвятили себя и своему краю, и своей отрасли. От них требуется высокий профессионализм, основанный на достаточно широком знании своего дела и тех отраслей производства, культуры и логистики, которые работают вокруг туризма, обеспечивают его ментально и физически.

Сегодня туризм в мире стал не только эффективным средством межкультурной коммуникации, но и высокодоходной отраслью хозяйственной деятельности. В мире доходы только от международного туризма составляют более 1,6 трлн долларов. Но это только от международного, если добавить внутренний, цифры окажутся в несколько раз выше – примерно 8 трлн долларов. По материалам ЮНВТО, в 2023 году по всему миру было зарегистрировано 1,286 млрд международных туристов, что на одну треть больше, чем в 2022 году. Также подсчитано, что доля туризма в мировом ВВП превышает 9%. Очевидно, что последняя цифра – это план-минимум для нашей страны в будущем.

За последнее время в Российской Федерации значительно увеличились показатели внутреннего туризма. Толь-

ко в прошедшем году он стал рекордным и составил более 75 млн человек. Президент страны поставил задачу: до 2030 года турпоток должен практически удвоиться и достигнуть 140 млн человек. При этом вклад туризма в ВВП России также должен возрасти вдвое – до 5%.

Напомним, что у нас население – всего 146 млн человек. При этом различные опросы показывают, что около половины российских граждан пока не имеют возможности путешествовать. Это один из вопросов, где необходимо искать пути решения как в плане доступности, роста общественного благосостояния, так и популяризации и развития внутренних маршрутов. И, как ни странно, здесь многое зависит от работы муниципальных и региональных структур, поскольку практически в каждом городе, в каждом районе России есть то, что можно показать туристам и чем можно гордиться.

Задачи в этом плане поставлены указом Президента РФ от 21 июля 2020 года №474 для осуществления прорывного развития Российской Федерации, увеличения численности населения, повышения уровня доходов граждан, создания комфортных условий для их проживания, а также раскрытия таланта каждого человека.

И во всех этих направлениях устойчивый туризм может и должен присутствовать. Так, например, ключевым направлением для нас становится работа в рамках новых национальных проектов: «Кадры», «Молодежь России», «Продолжительная и активная жизнь», «Семья» и ряде иных. Для этих сфер до 2028 года в стране предстоит подготовить порядка 1 млн специалистов рабочих профессий, в чем, собственно,

и будет состоять вклад в показатели и работа РМАТ.

Туризм обладает мультипликативным свойством, он дает импульс к развитию более чем 50 отраслей народного хозяйства. Какими же профессиональными знаниями нужно обладать выпускнику туристского вуза, чтобы привести эту «машину» в действие?

Российская международная академия туризма – старейшее, первое еще в Советском Союзе учебное заведение высшего профессионального образования в области туризма, ведущее свою историю с момента, когда 55 лет тому назад на базе Центральных туристских курсов, открытых в 1969 году на Сходне (Московская область), впервые в стране началась подготовка и переподготовка туристских кадров ЦСТЭ ВЦСПС, а он, если вдуматься, ежегодно пропускал через себя 50 млн туристов и отдыхающих.

В постсоветское время Академия не только не утратила свое предназначение, но обрела серьезный статус ведущего учебного заведения в своей сфере. Сегодня РМАТ, обеспечивая непрерывное профессиональное образование – от среднеспециального до высшего, предлагает широкий спектр уровней, специальностей и разных направлений. Их всего 24. Достаточно упомянуть такие специальности факультета среднего профессионального образования, как «Туризм и гостеприимство», «Операционная деятельность в логистике», «Сервис на транспорте», «Юриспруденция», «Экономика и бухгалтерский учет». На факультете менеджмента туризма идет подготовка по направлениям «Менеджмент», «Туризм», «Гостиничное дело», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Государственное и муници-

пальное управление», «Психолого-педагогическое образование», «Дизайн архитектурной среды». А также специалитет – «Таможенное дело».

Одной из ключевых базовых глобальных и национальных целей устойчивого развития туризма признается «обеспечение полной и производительной занятости и достойной работы для всех».

Вузам и туриндустрии надо на деле укрепить взаимосвязь всех уровней образования – от школы до предприятия. Вот почему в РМАТ студенческим практикам – как внутрirosсийским, так и зарубежным – уделяется повышенное внимание. Из вуза в отрасль должен прийти уже специалист, а не студент-недоучка. А в результате все звенья цепи должны работать в единой связке, на общий результат. И результат этот для российского туризма безусловно лежит в понятийном поле социоориентированности.

Социальный туризм побуждает огромное число людей среднего и невысокого достатка начать полезное для себя, своего здоровья и для страны движение.

В концепции, предложенной и развиваемой в работах Академии, указано, что «социальный – это весь туризм, признанный приоритетным государством и обществом и позволяющий быть доступным молодежи, пенсионерам, инвалидам, людям, имеющим материальные или физические недостатки» [4].

В новых условиях требуется соответствующая расстановка приоритетов. Именно сквозь призму такой постановки вопроса идет обучающий процесс в нашей Академии [2].

Также сегодня поднимается вопрос о распределенной ответственности си-

стемы образования и работодателей в подготовке кадров. Это должна быть «улица с двусторонним движением». Нам, образовательным учреждениям, важно, чтобы подготовленные нами студенты, впитавшие лучшие принципы и установки, приходя на предприятия, нашли понимание, осознали свою востребованность, востребованность своих знаний, а в итоге получили достойную зарплату. А для этого профессиональным сообществом должен быть сформулирован запрос. И важно, чтобы этот запрос был четким и предполагал контроль соответствия. Вот почему одним из направлений работы РМАТ стало установление деловых контактов с предприятиями и структурами, действующими в туриндустрии.

Конечно, государство также должно давать нам ясные послы. Они могут проявиться в установке профессиональных стандартов. Но пока такие стандарты для туристских предприятий так до конца и не сформулированы.

В системе классификации гостиниц с 2021 года упрощены требования к персоналу – вопрос, требующий осмысления. Сейчас требования предъявляются только к управляющему персоналу, а по остальным сотрудникам контроль компетенций практически отсутствует. Для достижения устойчивости туризма представляется важным пересмотреть эти параметры и поднять вопрос о внесении изменений в Положение о классификации гостиниц. Но сделать это необходимо, когда будет поднята зарплата, к примеру, горничных, что повысит их ответственность. Сократится число вакансий, тогда можно и все новшества вносить.

Для устойчивого туризма необходимо разработать солидную научную

базу. РМАТ сегодня держит руку на пульсе всех новых веяний в сфере туризма, оценивая их с точки зрения перспектив развития отрасли и потребностей рынка услуг.

Мы продолжаем равнение на лучшие мировые стандарты. Этому способствует работа по внедрению образовательных дисциплин наших партнеров – Французской Университетской группы Ватель, Миланского университета БИКОВКА и Университета Сорбонна. Соответствующие дисциплины, направленные на освоение инструментов и механизмов устойчивого развития туризма, введены во все программы. С 2012 года мы реализуем магистерскую программу «Менеджмент туристских дестинаций» совместно с нашими международными партнерами. С 2023 года мы начали реализовывать магистерскую программу «Управление устойчивым развитием предприятий туризма и индустрии гостеприимства».

Все эти вопросы, безусловно, будут учитываться при разработке новых стандартов высшего образования уровня бакалавриата и магистратуры. Но при этом в образовательном процессе при создании формулировок общепрофессиональных компетенций [1] должны учитываться и такие государственные постулаты, как приоритет национальных целей устойчивого развития Российской Федерации; социоцентрированный подход к реализации политики и проектов развития сферы туризма территорий; готовность профессиональных кадров к адаптации деятельности к климатическим изменениям и природным трансформациям; приоритет сохранения природного и этнокультурного наследия; важность оценки социальной и экологической

эффективности деятельности предприятий наряду с экономической эффективностью.

Такой подход значительно укрепит профессиональные кадры для устойчивого развития туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Подходы к формированию компетенций специалистов в сфере устойчивого социоцентрированного туризма / Е.Н. Трофимов, В.Ю. Питюков, К.А. Арзамасцев и др. // Гуманизация образования. 2023. № 3. С. 149–160.

2. Профессиональное образование: методология, технологии, опыт внедрения: монография / Е.Н. Трофимов, В.А. Жидких, Н.Н. Лагушева и др.; под науч. ред. Н.Н. Лагушевой; Российская международная академия туризма. М.: Университетская книга, 2022. 236 с.

3. Сопещение по вопросам развития туризма. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/71547> (дата обращения: 20.03.2024).

4. Трофимов Е.Н. Социальный туризм в России и Европе // Вестник РМАТ. 2014. № 3. С. 3–11.

УДК 37.014.1

С.М. КОЧЕТОВА, С.С. КОЧЕТОВ

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматриваются правовые аспекты нормативного правового регулирования права на получение высшего образования, закрепление ответственности высших учебных заведений за своих выпускников. Анализируются причины безработицы, предлагаются способы регулирования данного вопроса.

Ключевые слова: высшее образование, безработица, правовое поле

The legal aspects of the legal regulation of the right to higher education, securing the responsibility of higher educational institutions for their graduates are considered. The reasons of unemployment are analyzed and the ways to regulate this issue are proposed.

Keywords: higher education, unemployment, legal framework

В нашей стране право на образование гарантировано каждому гражданину статьей 43 Конституции Российской Федерации [4].

При этом каждый вправе на конкурсной основе бесплатно получить высшее образование в государственном или муниципальном образовательном учреждении и на предприятии. Российская Федерация устанавливает федеральные государственные образовательные стандарты, поддерживает различные формы образования и самообразования.

Так что же такое образование? Согласно статье 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 273-ФЗ) образование – это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, уме-

ний, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и/или профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [9].

При этом уровнем образования признается завершенный цикл образования, характеризующийся определенной единой совокупностью требований.

Следует отметить, что согласно статье 2 Федерального закона № 273-ФЗ профессиональное образование является видом образования, который направлен на приобретение обучающимися в процессе освоения основных профессиональных образовательных программ знаний, умений, навыков и формирование компетенций определенных уровня и объема, позволяющих вести профессиональную деятельность в определенной сфере и/или выполнять работу по конкретным профессии

или специальности, а квалификация – это уровень знаний, умений, навыков и компетенции, характеризующий подготовленность к выполнению определенного вида профессиональной деятельности [9].

Обязательно ли высшее образование? На сегодняшний день в России высшее образование – больше дань традициям. Так, по данным переписи населения 2021 года, в России преобладает население со средним профессиональным образованием (более трети всех россиян в возрасте 60 лет и более). Более пятой части населения России имеет высшее образование. Третье место занимает когорта населения со средним образованием (11 классов), на их долю приходится около 17%. Около десятой части граждан Российской Федерации окончили девять классов. Начальную общеобразовательную школу окончили 7% населения, а детские садики – около 5%. Далее в этом списке идут лица с неполным высшим образованием (2,1%) и послевузовским образованием (1,4 млн человек, или 1,2%). Всего в России 78,8 тыс. докторов наук и 362,8 тыс. кандидатов наук. Не получили никакого образования 1,4% (1,7 млн) россиян. Из них 91,1 тыс. человек являются безграмотными [8].

По сравнению с переписью населения 2010 года, число лиц с высшим образованием в России сокращается: в 2010 году высшее образование имели 26,8 млн человек, что на 700 тыс. больше, чем в 2021 году. Кроме того, произошло значительное снижение количества лиц с неполным высшим образованием: в 2010 году таковых насчитывалось 5,4 млн человек, а в 2021-м – только 2,4 млн [10].

Согласно опубликованным материалам, доступность образования в

России даже лучше, чем в среднем по странам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) [11]. ОЭСР опубликовала ежегодный доклад «Взгляд на образование» (Education at a Glance 2021) – сборник индикаторов развития образования по разным странам. В отчете собираются данные, которые можно сравнивать на международном уровне: о доступности образования, о составе педагогов и учащихся, об уровне финансирования и т.д.

Темой очередного выпуска стало равенство возможностей для доступа и прогресса в образовании. Доклад рассматривает разные аспекты этой темы: неравенство по социально-экономическому статусу, по национальности и гендеру. В сравнение включены данные по всем странам – участницам ОЭСР, а также по странам-партнерам, к которым относится и Россия.

Остановимся на данных ОЭСР по России об уровне образования людей в возрасте 25–64 лет (в этом разделе исследования для России приведены данные за 2018 год, для большинства других стран – за 2020-й):

- ниже, чем полное среднее, – 4,8% (в среднем по ОЭСР – 20,9%);
- полное среднее – 38,5% (в среднем по ОЭСР – 40,8%);
- высшее и среднее профессиональное – 56,7% (в среднем по ОЭСР – 38,6%).

Из статистики ОЭСР следует, что старшие классы школы (или организации, реализующие программы среднего профессионального образования, которые обучают на аналогичном уровне) доступны в России практически всем. Во многих европейских странах (например, в Великобритании, Германии, Франции, Норвегии, Швеции)

доля людей трудоспособного возраста без полного среднего образования в несколько раз выше.

При этом для России, как и для многих других стран, характерны региональные контрасты по уровню образования: например, разрыв по доле взрослых с высшим и средним профессиональным образованием между разными российскими регионами превышает 30 процентных пунктов. Похожая ситуация в США, Великобритании, Венгрии, Чехии [11].

Российская Федерация устанавливает федеральные государственные образовательные стандарты (далее – ФГОС), которые, на наш взгляд, должны быть направлены в первую очередь на повышение качества российского образования. Вместе с тем ФГОС высшего образования носят декларативный (рамочный) характер и не определяют содержательные требования к кадровому обеспечению, к образовательным программам, а также к условиям их реализации (перечень оборудования, наличие конкретных лабораторий и т.д.). Таким образом, все знают «что должно быть», но никто не знает «как это должно быть реализовано».

При этом все ссылаются на автономию высших учебных заведений, закрепленную в статье 28 Федерального закона № 273-ФЗ, где установлено, что «образовательная организация обладает автономией, под которой понимается самостоятельность в осуществлении образовательной, научной, административной, финансово-экономической деятельности, разработке и принятии локальных нормативных актов в соответствии с настоящим Федеральным законом, иными нормативными правовыми актами Российской

Федерации и уставом образовательной организации» [9].

Полагаем важным отметить, что многие забывают про часть 8 этой же статьи 28, согласно которой образовательная организация несет ответственность в установленном законодательством Российской Федерации порядке за невыполнение или ненадлежащее выполнение функций, отнесенных к ее компетенции, за жизнь и здоровье обучающихся при освоении образовательной программы, в том числе при проведении практической подготовки обучающихся, а также за жизнь и здоровье работников образовательной организации при реализации образовательной программы, в том числе при проведении практической подготовки обучающихся, за реализацию не в полном объеме образовательных программ в соответствии с учебным планом, качество образования своих выпускников [9]. За нарушение или незаконное ограничение права на образование и предусмотренных законодательством образовательных прав и свобод обучающихся, родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся, нарушение требований к организации и осуществлению образовательной деятельности образовательная организация и ее должностные лица несут административную ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Предлагаем закрепить ответственность образовательной организации за качественную подготовку кадров и их дальнейшее трудоустройство и внести соответствующие изменения в статью 28 Федерального закона № 273-ФЗ. Так как важно все-таки понимать

«кого мы готовим», а самое главное «как готовим» и «в чьих интересах».

Перейдем к цифрам.

Прогнозы безработицы в России, полученные в начале 2024 года:

- 2024 год – безработица составит 3%;
- 2025 год – вырастет до 3,1%;
- 2026 год – еще вырастет до 3,2%.

Другими словами, ситуация на рынке труда немного изменится в пользу преодоления кадрового кризиса. При этом резкого роста безработицы не ожидается.

Министерство труда и социальной защиты ежегодно публикует прогноз баланса трудовых ресурсов.

На ближайший год прогноз такой:

- процент безработицы в России в 2024 году составит 3,1% в среднем за год (в среднесрочной перспективе цифра та же);
- численность безработных – 2,4 млн человек;
- регистрируемая безработица (те, кто состоит на учете в центрах занятости) составит 0,7%, или 0,5 млн человек [2].

Минэкономразвития России составляет прогноз социально-экономического развития страны на ближайшие три года к рассмотрению проекта федерального бюджета. Поэтому прогноз был дан еще примерно в середине 2023 года.

По нему уровень безработицы в 2024 году составит 3,1% и сохранится как минимум на четыре года – с 2023-го по 2026-й.

При этом число занятых будет увеличиваться – с 74,9 до 76,3 млн человек. То есть рынок труда будет вовлекать «новых» людей, а процент безработных среди экономически активного населения сохранится прежним.

Изучая вопрос возникновения безработицы, следует отметить различные точки зрения.

К примеру, М.Ю. Макаренкова отмечает, что главными причинами возникновения безработицы являются низкая цена рабочей силы, устанавливаемая работодателями, что приводит к потере интереса к предлагаемым рабочим местам на рынке труда, и высокая цена рабочей силы, устанавливаемая носителями рабочей силы, что снижает спрос работодателей на носителей рабочей силы; отсутствие цены рабочей силы [6].

Дж.М. Кейнс видел в числе причин безработицы отсутствие эффективного спроса [3].

А.В. Лыков рассматривает безработицу как социально-экономическую категорию, которая демонстрирует отношения между работодателями и носителями рабочей силы по поводу права на труд [5].

Изложенное свидетельствует, что безработица – это ситуация, при которой на рынке труда возникает определенное количество нетрудоустроенных носителей рабочей силы. Данный неоспоримый факт является социально-экономическим явлением в экономике любой страны.

Каким представляется решение проблемы? Согласно статье 100 Федерального закона № 273-ФЗ, число обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов определяется на основе контрольных цифр приема на обучение по профессиям, специальностям, направлениям подготовки

и научным специальностям за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов (далее – контрольные цифры приема).

При этом за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета осуществляется финансовое обеспечение обучения по образовательным программам высшего образования из расчета не менее чем 800 студентов на каждые 10 тыс. человек в возрасте от 17 до 30 лет, проживающих в Российской Федерации.

Распределяя контрольные цифры приема, необходимо учитывать прежде всего социально-экономическое развитие регионов, на территории которых находятся образовательные организации, реализующие программы высшего образования, рассматривать приоритетные отрасли, дефицитные отрасли. При этом, на наш взгляд, когда субъект Российской Федерации согласовывает заявку вуза, регион должен нести ответственность за ее реализацию. Поскольку когда появляется ответственность, тогда будет и результат.

Также следует иметь в виду, что вузы имеют право осуществлять платную образовательную деятельность, открывать для этого новые образовательные программы, но, по нашему мнению, в социально значимых отраслях необходимо согласование таких программ отраслевыми ведомствами.

Так, например, Минкультуры России, согласно статье 83 Федерального закона № 273-ФЗ, несет ответственность за обеспечение особенностей реализации образовательных программ в области искусств и за качество их реализации.

Согласно статье 37 Основ законодательства Российской Федерации о культуре [1, 7], Минкультуры России как федеральный орган государственной власти в области культуры наделено полномочиями, в том числе по определению принципов государственной политики в области подготовки кадров в области культуры и искусств, занятости.

При этом Минкультуры России несет ответственность ведомства за качество подготовки специалистов для отрасли культуры, сотрудничает с концертными, театральными организациями, общественными объединениями профессиональных сообществ, региональными органами исполнительной власти отрасли культуры по плановой подготовке конкретных специалистов для разного рода творческих организаций.

В связи с чем полагаем необходимым рассмотреть возможность надления Минкультуры России полномочиями по экспертному участию в лицензировании образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования в области культуры и искусств, и внести соответствующие изменения в статью 91 Федерального закона № 273-ФЗ.

Указанные изменения позволят повысить ответственность вузов, реализующих образовательные программы высшего образования в области искусств, за качество подготовки выпускников, создадут необходимые условия для подготовки высокопрофессиональных кадров для отрасли культуры, а также повлияют на повышение эффективности расходования бюджетных средств в части распределения

контрольных цифр приема с учетом регулирования вопросов трудоустройства выпускников в области культуры и искусств.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ведомости СНД и ВС РФ. 19.11.1992. № 46. Ст. 2615.
2. Какой будет безработица в России в 2024 году и почему так актуальна проблема дефицита кадров. URL: <https://bankstoday.net/last-articles/bezrobotitsa-v-rossii-v-2024> (дата обращения: 25.03.2024).
3. Кейнс Дж.М. *Общая теория занятости, процента и денег*. М.: Гелиос АРВ, 2002. 352 с.
4. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
5. Лыков А.В. *Безработица: виды, причины, последствия, способы борьбы*. М.: Лаборатория книги, 2011. 143 с.
6. Макаренкова М.Ю. *Безработица. Причины безработицы. Последствия безработицы // Потенциал современной науки*. № 7/2014. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22597679> (дата обращения: 25.03.2024).
7. Российская газета. 17.11.1992. № 248.
8. Росстат представил предварительные цифры о численности населения в регионах страны по данным Всероссийской переписи населения. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/166784> (дата обращения: 25.03.2024).
9. Собрание законодательства РФ. 31.12.2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7598.
10. Уровень образования населения России (перепись населения, 2021 г.). URL: <https://dzen.ru/a/Y1JF6Yx9EG-VUfZt> (дата обращения: 25.03.2024).
11. Что отличает российское образование на фоне других стран? Изучаем статистику ОЭСР. URL: <https://skillbox.ru/media/education/izuchaem-statistiku-oesr/> (дата обращения: 25.03.2024).

УДК 378

Н.Н. ЛАГУСЕВА, Ф.А. ГОРБАЧЕВ

ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья посвящена анализу современного состояния высшего образования, в том числе в сфере туризма, в России в парадигме нового времени. В исследовании представлены результаты опросов абитуриентов, их родителей, работодателей; выявлены основные тренды и вызовы, влияющие на развитие профессионального туристского образования на современном этапе.

Ключевые слова: тренды высшего образования, среднее профессиональное образование, индустрия туризма и гостеприимства, абитуриенты, студенты, работодатели, туристский бизнес, трансформация, цифровизация

The article is devoted to the analysis of the current state of higher education, including in the field of tourism, in Russia in the paradigm of modern times. The study presents the results of surveys of applicants, their parents, employers. The main trends and challenges affecting the development of professional tourism education at the present stage have been identified.

Keywords: trends in higher education, secondary vocational education, tourism and hospitality industry, applicants, students, employers, tourism business, transformation, digitalization

XXI век не только формирует новую геополитическую систему, новый стратегический курс технологического развития во всех сферах жизнедеятельности нашего государства и общества, но и обозначает новые вызовы в самых разных сферах инновационного развития, наиболее значимой из которых является система высшего образования, которую уже довольно долго «лихорадит». Постоянная смена федеральных государственных образовательных стандартов, переход на Болонскую систему, тотальное погружение вузов в написание никому не нужных бумаг, которые теперь перешли в систему многочисленных мониторингов, уход от традиционного классического образования, основанного на великой дидактике Яна Амоса Каменского, в «псевдокомпетентностные дебри», воз-

врат старой и формирование новой модели высшего образования – все это не могло не сказаться на отношении общества к системе высшего образования и, конечно же, на качестве подготовки специалистов.

Перед нами поставлены новые задачи по развитию системы высшего образования РФ. Нельзя не отметить, что за первые два десятилетия сделано и немало положительного. В стране появились федеральные университеты (10 вузов), национальные исследовательские университеты (29 вузов), опорные университеты в регионах (34 вуза), реализуется проект «Приоритет-2030». Многие вузы стали базовыми научными и технологическими компаниями, а также точками роста для молодежи и творческих людей в своих регионах. Все это означает, что мы постепенно переходим к новой модели университета.

Это наши стратегические цели. А что сейчас? Каковы вызовы системы высшего образования?

Во-первых, сейчас задача для вузов формулируется примерно так: «выпускник должен, устроившись на работу, сразу использовать свои навыки и знания для производства нового продукта». Но противоречия между знаниями и умениями, которые специалисту дает вуз, и требованиями работодателей во многих отраслях являются колоссальными. Вся практико-ориентированность часто существует только на бумаге. Профессиональные стандарты имеются далеко не по всем квалификациям, центры квалификаций также не успевают за изменениями в современном профессиональном мире. Переход на «цифру» также требует немалых усилий, но от университетов ждут, что они способны внедрить новые процессы. Проблемы с педагогическими кадрами у нас есть во всех отраслях. В системе высшего образования эта проблема усугубляется тем, что в соответствии с требованиями ФГОС при реализации программ того или иного направления высшего образования должны быть задействованы практики. И процент по некоторым направлениям достаточно большой. И получается так, что квалифицированные преподаватели, соответствующие требованиям современной сферы труда, имеют больше возможностей для работы в индустрии и зачастую отдают предпочтение практической деятельности, а не преподаванию.

С другой стороны, практики, пришедшие в вуз преподавать, как правило, не проходили переподготовку по педагогическим технологиям и методике преподавания, не владеют аудиторией, не всегда умеют найти контакт

со студентами. Все это не может не отражаться на мотивации и интересе студентов к обучению.

Во-вторых, мы все зависим от наших абитуриентов. Основопологающими критериями оценки абитуриентами и их родителями вуза, в который намерены поступать, являются для абитуриентов современность образовательных программ (23%), подходящий порог проходных баллов (11%) и престиж вуза (11%), а родители на первое место поставили также современность предлагаемых программ (24%), на второе – проекты вузов с крупными работодателями (14%) и престиж вуза (18%).

В-третьих, в последние два-три года быстрыми темпами стала расти востребованность среднего профессионального образования (СПО), поскольку государственная образовательная политика была направлена на его популяризацию [5].

Каковы причины того, что выпускники школ стали больше поступать в организации СПО? За последние годы государство много внимания уделяло и уделяет системе этого вида образования. Выросло число специальностей, по которым готовят в этой системе, увеличилось количество образовательных учреждений, рост заработной платы привел к притоку более квалифицированных кадров.

Но анализ показывает, что этот выбор очень часто является вынужденным. В массовом сознании среднее профессиональное образование остается значительно менее престижным, чем высшее: в него приходят более слабые абитуриенты либо те, кто не имеет возможности поступить в вуз на платное обучение. Не более 30% приходят учиться в систему СПО осознанно.

Как показывает статистика, по сравнению с 2021 годом в 2022-м на программы подготовки специалистов среднего звена в СПО принято на 8% больше студентов (942,7 тыс. человек вместо 870,9 тыс.). Выпускников таких программ стало больше на 7% (612,5 тыс. человек вместо 573,8 тыс.) [2].

Мы видим и то, как растет разрыв между разными вузами, между представителями разных социальных групп. Есть наиболее престижные вузы, куда стремятся абитуриенты с высокими баллами ЕГЭ и победители олимпиад, которые сосредоточены в Москве, Санкт-Петербурге, Томске, Новосибирске. В таких вузах более 60% студентов происходят из семей, входящих в группу с самым высоким доходом, а студентов из наименее обеспеченных групп там всего по 5%. Лишь у 21% студентов ведущих вузов один из родителей (или оба) не имеют высшего образования, а в вузах массового спроса таких учащихся 40%.

Итак, абитуриент стал студентом. Что его ждет в условия глобальных социально-экономических перемен и трансформации образования в России, на что ориентирована и что может предложить система высшего образования своим студентам? Массовый переход на новую систему высшего образования произойдет с 1 сентября 2025 года. Что он нам принесет – пока однозначно сказать сложно. Хотя то, что по многим отраслям восстанавливается подготовка кадров на уровне специалитета, безусловно, радует. Что же изменится в 2024 году, каковы тенденции развития туристского образования?

Туризм в России в последние годы, как говорят эксперты, развивается «семимильными шагами». Мы все сами это почувствовали, голоса своими путе-

шествиями за развитие внутреннего туризма на фоне всех событий и глобальных социально-экономических перемен.

Туризм развивается, и мы много говорим о его устойчивом развитии, но это невозможно без подготовки квалифицированных специалистов, нехватка которых в отрасли более чем очевидна, и туристский и гостиничный бизнес взывает к образованию – и даже в большей степени к среднему профессиональному, нежели к высшему.

Но кадровый голод в туризме и гостеприимстве есть на всех уровнях.

Как отметил вице-премьер Дмитрий Чернышенко, к 2030 году туротрасли понадобится не менее 400 тыс. новых сотрудников. В частности, только для инвестиционных проектов, реализуемых корпорацией «Туризм.РФ», к этому времени потребуется более 20 тыс. подготовленных кадров.

«Подготовка кадров для отрасли становится одним из главных вызовов для российского туризма – на сегодняшний день в этой сфере занято более 1 млн человек, а к 2030 году будет необходимо еще 400 тыс. сотрудников. Сейчас только 72% выпускников по направлениям “Туризм” и “Гостиничное дело” работают по специальности, поэтому одним из шагов для повышения эффективности их трудоустройства станет организация практики студентов 1–2-х курсов с последующим трудоустройством», – сказал зампред правительства [2].

Глава Минэкономразвития РФ Максим Решетников напомнил, что туризм в России стимулирует развитие сразу нескольких смежных отраслей – строительной, пищевой, телекоммуникационной. «При этом индустрия гостеприимства продолжит генерировать новые рабочие места и создавать стимулы к

повышению качества городской среды и общественных пространств», – отметил министр [3].

У выпускников также есть претензии к бизнесу. Так, в 2022 году, согласно данным Росстата, оплата труда в туристской отрасли упала на 20% в среднем по стране. Поэтому в туризм приходят менее квалифицированные кадры. Туроператорам нужно поддерживать себя на плаву, из-за дефицита кадров приходится брать менее квалифицированный персонал, готовый работать за меньшие деньги.

А что же наши абитуриенты? На примере не только РМАТ, но и других вузов туристского профиля можно судить о том, что численность поступающих на направление «Туризм» за последние годы существенно сократилась. Возникает парадокс: кадров не хватает, но люди не идут, так как уверены, что останутся после окончания вуза без работы. В чем причины?

И родители, и абитуриенты считают, что внутренний туризм не станет той «чашей Грааля», которая им необходима. Для многих туризм – это прежде всего «заграница». Но границы закрываются, значит, возможности туризма ограничены. Это во-первых.

Во-вторых, подробно о развитии туризма говорят именно внутри этого сообщества: для широкого круга людей эта информация недоступна либо очевидна.

В-третьих, очень много претензий у работодателей к образованию в сфере туризма и гостеприимства, но разработать требования к каждой квалификации у них еще не получилось.

В-четвертых, некоторые эксперты считают, что одна из ключевых проблем – это несформированность системы непрерывного образования и

отсутствие достаточной мотивации у абитуриентов и студентов. В Москве, например, есть только 14 общеобразовательных организаций, в которых есть профильные туристские классы. Но давайте вспомним не столь далекое прошлое: одна лишь Российская международная академия туризма вела подготовку абитуриентов в 36 профильных классах общеобразовательных школ г. Химки и Москвы [4].

Так, например, Евгений Мейтес, руководитель Проектного офиса по туризму Аналитического центра при Правительстве РФ обозначил несколько проблемных вопросов, которые существуют на данном этапе развития отрасли: «В стране недостаточно вузов, в особенности в регионах с исторически развитым туристским потенциалом, предлагающих программы подготовки по направлениям “Гостиничное дело” и “Туризм”» [1].

Вот еще один пример. Только РМАТ в конце 90-х годов прошлого века и в период с 2000 по 2012 год имела от 56 до 36 филиалов в регионах России. Сейчас их только шесть. И дело совсем не в качестве подготовки кадров. Выпускники были востребованы в своих регионах, они знали специфику туристского потенциала, культурные особенности и др. Недальновидная политика Министерства науки и высшего образования РФ разрушила систему подготовки кадров для туризма в регионах, на местах. Несогласованность действий приводит теперь к проблемам в туристской отрасли, которых могло бы и не быть.

Сейчас же, понимая, что ситуация с туристскими кадрами нуждается в правильном решении, возможно, имеет смысл не увеличивать срок обучения до пяти лет по направлениям «Туризм»

и «Гостиничное дело», а наоборот, в как можно более короткие сроки дать сфере туризма и гостеприимства большее количество выпускников. А при изменении ситуации можно вернуться к этому вопросу. Так как модель высшего образования не должна быть неизменной, она должна ориентироваться на запросы общества и потребителей и выстраиваться в соответствии с вызовами новейшего мира.

Также были выявлены причины того, почему многие выпускники не работают по полученной специальности. Одной из главных является незнание рынка труда. Немногие молодые люди выбирают будущую специальность, профессию осознанно. Очень часто они идут в вуз вместе с друзьями, или за них решают родители, или они принимают решение по легкомыслию, не вникая в суть вопроса, либо исходя из набора дисциплин, по которым они смогут хорошо сдать ЕГЭ.

Даже выпускники вуза, как показывают опросы, не всегда имеют четкое представление о своей будущей профессии, о возможностях карьерного роста и заработной плате, о функционале, который они должны будут выполнять на той или иной должности.

Уже сейчас можно сказать, что для многих отраслей преодоление нехватки кадров возможно через реализацию целевого подхода. Работодатель четко знает, сколько и каких выпускников ему нужно, он готов и платить за них, и обеспечить их практиками и трудоустройством на конкретный период времени. Такой подход был широко известен и применялся в СССР, и он давал неплохие результаты. Работодатель был уверен, что у него будут специалисты, а выпускник знал, что ему гарантировано трудоустройство.

Качественное образование в современном мире невозможно без использования интернета и средств электроники. В последние годы мы видим, как везде интенсивно развивается и применяется искусственный интеллект – и в системе образования не в последнюю очередь. Причем сначала им овладевают студенты...

По результатам опросов работодателей, можно признать, что во главу угла они ставят такие качества и компетенции выпускников, как инициативность, смелость, самостоятельность мышления, творчество, креативность, хорошая интуиция.

В наше время безусловными трендами являются экономия времени, умения быть многозадачным и обучаться, не отрываясь от профессиональной деятельности. Это возможно благодаря дистанционному обучению, которое неустанно развивается и диверсифицируется.

Также к вызовам системы высшего образования можно отнести запрос на персонализацию, на индивидуализированное обучение; слабую последовательность и преемственность программных инициатив; спрос на обучение через культурный опыт; соревновательный и геймифицированный подход в обучении, который готовит студента к работе в команде, учит устанавливать различные коммуникации и стремиться к победе; сетевая форма обучения, которая дает возможность разнообразить площадки для обучения; развитие навыков на протяжении всей жизни, поскольку в большинстве областей знания, полученные в вузе, могут потерять актуальность уже к моменту начала карьеры.

В последние 3–5 лет происходит серьезное сближение вузов и бизнеса. Вузы понимают важность бизнеса

с точки зрения практического опыта, результатов реальных проектов и актуальности профессиональных знаний. А бизнес понимает, что вузы – это источник талантливой молодежи и потенциальных кадров.

Таким образом, вуз нашего времени – это интенсивно развивающийся, технологичный, вписывающийся в современный формат бизнеса социальный институт, который в то же время воспитывает нового человека.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Вопросы повышения кадрового потенциала в туристической индустрии становятся все более актуальными. URL: <https://ac.gov.ru/news/page/voprosy-povysheniya-kadrovogo-potenciala-v-turisticeskoj-industrii-stanovatsa-vse-bole-aktualnymi-27072> (дата обращения: 27.03.2024).
2. Дмитрий Чернышенко заявил об увеличении госфинансирования туризма в РФ за последние годы в 14 раз. URL: https://advis.ru/php/view_news_ajax.php?id=4492AB64-B8C6-8144-970D-0318157C15AA (дата обращения: 27.03.2024).
3. К 2030 году в туротрасли РФ будут востребованы 400 тысяч новых сотрудников. URL: <https://regnum.ru/news/3835417> (дата обращения: 27.03.2024).
4. Трофимов Е.Н. Опыт РМАТ в подготовке кадров для туризма и индустрии гостеприимства // Вестник РМАТ. 20234. № 1. С. 4–8.
5. Юняева А.Д. Проблема ценности высшего образования в современном обществе // Молодой ученый. 2023. № 44 (491). С. 140–144. URL: <https://moluch.ru/archive/491/107245/> (дата обращения: 27.03.2024).

УДК 377.5

К.М. САННИКОВА, Г.Г. НИКОЛАЕВ

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

На основании результатов проведенного исследования, доказавшего, что формирование имиджа коррелирует с качеством воспитательной работы образовательной организации, в статье описываются аспекты разработки программы воспитательной работы, которая может положительно повлиять на формирование имиджа профессиональной образовательной организации.

Ключевые слова: молодежь, молодежная политика, субъект молодежной политики, имидж, профессиональная образовательная организация, воспитание, воспитательная работа, обучающиеся

Based on the results of an earlier study that proved that image formation correlates with the quality of educational work of an educational organization, the article describes the sequence of developing an educational work program that can positively affect the formation of a image of a professional educational organization.

Keywords: youth, youth policy, subject of youth policy, image, professional educational organization, upbringing, educational work, students

Авторским коллективом из числа обучающихся и сотрудников кафедры «Организация работы с молодежью» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина проведено исследование, по результатам которого установлено, что обновление материально-технической базы, развитие волонтерской и спортивной деятельности через функционирование органов студенческого самоуправления в профессиональной образовательной организации оказывают наибольшее воздействие на формирование положительного имиджа профессиональной образовательной организации.

Программа разработана с учетом рекомендаций Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Институт развития профессионального образования».

Цель программы: создание организационно-педагогических условий для формирования положительного имиджа профессиональной образовательной организации через:

1) развитие личностных результатов обучающихся, проявляющихся в развитии их позитивных чувств и отношений к российским гражданским (базовым, общенациональным) нормам и ценностям, закрепленным в Конституции Российской Федерации, с

учетом традиций и культуры, деловых качеств квалифицированных рабочих, служащих/специалистов среднего звена, определенных отраслевыми требованиями (корпоративной культурой) машиностроительной отрасли;

2) создание воспитательного пространства, обеспечивающего развитие обучающихся как субъекта деятельности, личности и индивидуальности в соответствии с требованиями ФГОС СПО;

3) подготовку квалифицированных рабочих и специалистов к самостоятельному выполнению видов профессиональной деятельности (в соответствии с профессиональными стандартами), конкурентоспособных на региональном рынке труда, готовых к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности, со сформированными гражданскими качествами личности в соответствии с запросами и потребностями региональной экономики и социокультурной политики.

В программе представлены направления, реализуемые мероприятия и способы мониторинга достижения результатов.

С учетом требований федерального проекта «Профессионалитет», а также результатов проведенного социологического исследования определены следующие приоритетные направления воспитательной работы в техникуме:

1) «Развитие студенческого самоуправления» – организация работы Совета обучающихся и Студенческого совета общежития, а также планирование воспитательной работы кураторов групп;

2) «Волонтерская деятельность» – планирование волонтерской деятельности обучающихся с учетом требова-

ний Федерального агентства по делам молодежи;

3) «Обеспечение деятельности молодежного медиацентра» – организация работы молодежного медиацентра техникума, его вовлечение в повышение качества ведения социальных сетей техникума и формирование медиакomпетенций обучающихся;

4) «Содействие занятости обучающихся» – создание первого в стране студенческого специализированного производственного отряда, планирование его работы, а также привлечение государственной финансовой поддержки на его развитие;

5) «Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ студентов» – организация работы первого в стране студенческого конструкторского бюро ссуза, содействие регистрации результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ студентов;

6) «Развитие спортивной деятельности» – организация работы студенческого спортивного клуба техникума – члена Ассоциации студенческих спортивных клубов России;

7) «Профилактика правонарушений среди студентов» – проведение предусмотренных федеральными государственными образовательными стандартами, а также положительным опытом иных образовательных организаций профилактических мероприятий, включая «Разговоры о важном», «Россия – мои горизонты», игру-навигатор «Я – человек» и других мероприятий.

В рамках реализации указанных направлений как в очном формате на площадках учебного корпуса и общежития образовательной организации, так и в дистанционном формате (при необходимости) планируется вести

сбор обратной связи по мероприятиям с мониторингом индекса потребительской лояльности (NPS).

Индекс потребительской лояльности – один из наиболее доступных мониторинговых средств, характеризующих результаты работы по формированию положительного имиджа. Одним из ключевых показателей качества реализации программы является положительная динамика индекса потребительской лояльности (NPS), которая будет свидетельствовать о востребованности и эффективности применяемых при реализации программы методов и технологий.

Процесс измерения индекса потребительской лояльности (NPS) осуществляется в формате опроса участников, ответы которых должны быть систематизированы по 10-балльной шкале, где 0 – «неудовлетворительно», а 10 – «отлично». Все ответы делятся на три части, основываясь на поставленных оценках. Вычисляется процент каждого сегмента, а из процента «сторонников» вычитают процент «критиков».

В качестве способов дополнительного мониторинга определены количественные показатели, при росте которых одновременно с положительной динамикой индекса потребительской лояльности можно будет говорить об эффективности реализации мероприятий программы [2].

К отдельным неклассическим механизмам реализации воспитательной работы относятся следующие мероприятия:

- Проведение игр-навигаторов «Я – человек». Приглашение специалистов из автономной некоммерческой организации по оказанию социальных услуг гражданам

«Уральский центр медиации» для проведения игры со студентами, входящими в группу риска.

- Реализация программы «Электромонтаж (Юный электрик)» Центра опережающей профессиональной подготовки Свердловской области.
- Проведение силами педагогических работников образовательной организации и студентов по соответствующей профессии уникальной образовательной программы для обучающихся 8–11-х классов общеобразовательных организаций Свердловской области с целью профориентирования и тест-драйва как профессии, так и образовательной организации как места получения среднего профессионального образования.

Для реализации программы воспитания необходимо укомплектование квалифицированными специалистами. Управление воспитательной работой обеспечивается кадровым составом, включающим директора, который несет ответственность за организацию воспитательной работы в профессиональной образовательной организации, заместителя директора, непосредственно курирующего данное направление, педагогов-организаторов, социальных педагогов, специалистов психолого-педагогической службы, коменданта общежития, дежурных по общежитию, кураторов, преподавателей, мастеров производственного обучения. Функционал работников регламентируется требованиями профессиональных стандартов Российской Федерации или аналогичных наднациональных документов.

Содержание материально-технического обеспечения воспитательной работы соответствует требованиям к ма-

териально-техническому обеспечению основных образовательных программ и включает технические средства обучения и воспитания, соответствующие поставленной воспитательной цели, задачам, видам, формам, методам, средствам и содержанию воспитательной деятельности.

Материально-техническое обеспечение учитывает специфику основных образовательных программ, специальные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и соответствует установленным государственным санитарно-эпидемиологическим правилам и гигиеническим нормативам.

Информационное обеспечение воспитательной работы включает в себя объекты, обеспеченные средствами связи, компьютерной и мультимедийной техникой, интернет-ресурсами и специализированным оборудованием [1].

Задачи информационного обеспечения:

- информирование о возможностях для участия обучающихся в социально значимой деятельности;
- информационная и методическая поддержка специалистов, осуществляющих воспитательную работу;
- планирование воспитательной работы и ее ресурсное обеспечение;
- мониторинг воспитательной работы;
- дистанционное взаимодействие субъектов и объектов воспитательной работы.

Информационное обеспечение воспитательной работы включает комплекс информационных ресурсов, в том числе цифровых, совокупность технологических и аппаратных средств (компьютеры, принтеры, сканеры и др.).

В ходе разработки календарного плана учитывается потенциал участия студентов в мероприятиях, проектах, конкурсах, акциях, проводимых на уровне Свердловской области и Российской Федерации, в том числе:

- Министерством просвещения Российской Федерации (мероприятия для амбассадоров федерального проекта «Профессионалитет», «Без срока давности», «Молодые профессионалы», олимпиады школьников);
- Министерством промышленности и торговли Российской Федерации (отраслевые машиностроительные выставки и конкурсы);
- Федеральным агентством по делам молодежи («Больше, чем путешествие», Всероссийская молодежная форумная кампания, «Больше, чем работа», «Росмолодежь.Гранты», «Росмолодежь.Карьера», «Роспатриот»);
- Министерством образования и молодежной политики Свердловской области (гранты физическим лицам, поощрение путевками в Крым, стипендии губернатора Свердловской области, конкурс «Научный Олимп», мероприятия подведомственных государственных учреждений);
- Министерством промышленности и науки Свердловской области (отраслевые машиностроительные выставки и конкурсы);
- Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением дополнительного профессионального образования «Институт развития профессионального образования» («Абилимпикс», Всероссийский форум среднего профессионального образования);

- Общероссийским общественно-государственным движением детей и молодежи «Движение первых» (мероприятия текущие);
 - Автономной некоммерческой организацией «Россия – страна возможностей» («Флагманы образования», «Другое дело», «Профразвитие», «Кадровое агентство», «Национальная технологическая олимпиада», «Большая перемена», «Моя страна – моя Россия», «Студент года»);
 - Автономной некоммерческой организацией «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)»;
 - Ассоциацией волонтерских центров (#МыВместе).
- Все мероприятия календарного плана, а также способы дополнительного мониторинга достижения результатов программы представлены в таблице.

Направления реализации программы, типовые мероприятия календарного плана программы, способы дополнительного мониторинга

Направление программы	Мероприятия	Способ дополнительного мониторинга
1	2	3
Развитие студенческого самоуправления	Участие в деятельности Совета обучающихся, Студенческого совета общежития	Численность постоянных участников Совета обучающихся. Численность постоянных участников Студенческого совета общежития
Развитие студенческого самоуправления	Участие в записи видеопрезентаций по профессиям, а также видеовизитки ко Дню студента «Я в хорошей компании!»	Численность участников записи видеопрезентаций по профессиям, а также видеовизитки ко Дню студента «Я в хорошей компании!»
Волонтерская деятельность	Участие в деятельности волонтерского отряда «От сердца к сердцу»	Численность постоянных участников волонтерского отряда «От сердца к сердцу»
Волонтерская деятельность	Участие в мастер-классах «Эксперты показывают класс!», акциях «День без турникетов»	Количество фактов участия в мастер-классах «Эксперты показывают класс!», акциях «День без турникетов» на основе списков регистрации
Волонтерская деятельность	Участие в мероприятиях, посвященных празднованию Дня народного единства и иных патриотических проектах	Количество фактов участия в мероприятиях, посвященных празднованию Дня народного единства и иных патриотических проектах на основе списков регистрации или иных источников
Обеспечение деятельности молодежного медиacentра	Участие в молодежном медиacentре	Доля участия молодежного медиacentра в ведении групп техникума в социальных сетях

Продолжение табл.

1	2	3
Содействие занятости обучающихся	Участие в студенческом специализированном производственном отряде	Численность участников студенческого специализированного производственного отряда
Содействие занятости обучающихся	Готовность к освоению дополнительных программ в техникуме	Численность обучающихся, записавшихся для освоения дополнительных программ в техникуме
Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ студентов	Участие в студенческом конструкторском бюро	Численность постоянных членов студенческого конструкторского бюро
Развитие спортивной деятельности	Участие в деятельности Студенческого спортивного клуба	Численность участников студенческого спортивного клуба
Профилактика правонарушений среди студентов	Участие в «Разговорах о важном», «Россия – мои горизонты» и иных патриотических проектах	Количество фактов участия в «Разговорах о важном», «Россия – мои горизонты» и иных патриотических проектах на основе списков регистрации или иных источников
Профилактика правонарушений среди студентов	Участие в выборах всех уровней	Количество фактов участия в выборах на основе информации, полученной от обучающихся
Профилактика правонарушений среди студентов	Участие в играх-навигаторах «Я – человек»	Количество игр-навигатор «Я – человек»
Профилактика правонарушений среди студентов	Мероприятия текущего контроля	Количество фактов проступков и правонарушений, рассмотренных на заседаниях Совета по профилактике правонарушений, а также на основе сведений, поступивших из правоохранительных органов
Профилактика правонарушений среди студентов	Публикации о Международном дне борьбы с коррупцией в социальных сетях техникума	Количество публикаций о Международном дне борьбы с коррупцией в социальных сетях техникума
Профилактика правонарушений среди студентов	Мероприятия текущего контроля в области мошеннических действий с личными средствами обучающихся	Количество фактов допущения мошеннических действий с личными средствами обучающихся на основе сообщений от обучающихся и сведений, поступивших из правоохранительных органов
Комплексные мероприятия	Участие в праздновании семейного праздника «Новый год»	Численность участников празднования семейного праздника «Новый год» на основе списков регистрации или иных источников

Окончание табл.

1	2	3
Комплексные мероприятия	Участие в проектах, конкурсах, акциях, проводимых на уровне Свердловской области и Российской Федерации	Количество фактов участия в проектах, конкурсах, акциях, проводимых на уровне Свердловской области и Российской Федерации на основе списков регистрации или иных источников
Комплексные мероприятия	Участие в проведении Дней открытых дверей и иных просветительских мероприятий техникума	Количество фактов участия в проведении Дней открытых дверей и иных просветительских мероприятий техникума на основе списков регистрации или иных источников

Разработанная программа воспитания не только отвечает современным стандартам воспитательной деятельности, требованиям законодательства Российской Федерации, запросам всех субъектов образовательного процесса, но и оказывает значительное влияние на формирование имиджа образовательной организации [3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Официальная страница в социальной сети «ВКонтакте» ГАПОУ СО «Екатеринбургский промышленно-технологический техникум им. В.М. Курочкина».* URL: <https://vk.com/eptt.kurochkina> (дата обращения: 01.10.2023).
2. *Официальная страница ГАПОУ СО «Екатеринбургский промышленно-технологический техникум им. В.М. Курочкина».* URL: <http://eptt.ru> (дата обращения: 01.10.2023).
3. *Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года.* URL: <https://rg.ru/documents/2015/06/08/vospitanie-dok.html> (дата обращения: 01.10.2023).

УДК 37.013.78

Е.В. БОРЫЧЕВА

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСА СТУДЕНТОВ К ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Целью настоящего исследования является рассмотрение приемов и методов, способствующих повышению эффективности преподавания иностранного языка, а также степени вовлеченности студентов в образовательный процесс. Раскрываются модели PPP “Presentation, Practice, Production”, “guided discovery”, TTT “Test, Teach, Test”. Определяются роль и значение взаимосвязи между способом восприятия информации обучающегося и объяснением нового учебного материала.

Ключевые слова: иностранный язык, образовательный процесс, методы, восприятие информации, учебный материал

The purpose of this study is to consider techniques and methods that contribute to improving the effectiveness of foreign language teaching, as well as increasing the efficiency of students in the educational process. The PPP models “Presentation, practice, production”, “managed discovery”, TTT “Test, teach, test” are revealed. The role and significance of the relationship between the student’s way of perceiving information and the explanation of new educational material is determined.

Keywords: foreign language, educational process, methods, perception of information, learning material

Эффективное обучение иностранному языку для любого педагога всегда было своего рода вызовом, требующим применения творческих и умственных усилий. Одного объяснения грамматических основ и расширения словарного запаса студентов недостаточно, чтобы они смогли начать свободно разговаривать на иностранном языке. В современных условиях, когда у молодежи преобладает клиповое мышление, студентов нужно не только научить, в первую очередь необходимо привлечь их внимание, заинтересовать. В рамках исследования мы рассмотрим способы и приемы, позволяющие мотивировать обучающихся к изучению иностран-

ного языка, повысить их интерес к дисциплине. Для достижения данного результата необходимо сначала объяснить и показать студентам, что язык – это живая система, которая постоянно развивается и трансформируется, происходит заимствование терминов из другого языка, образуются новые слова в результате влияния событий, происходящих в мире. «Язык – это живое и объективное отражение действительности. Благодаря языку, а именно появлению в нем новых слов, можно увидеть и отследить то, что больше всего волнует и интересует людей в данный период истории человечества» [1, с. 179]. Так, в 2010 году благодаря чемпионату мира по футболу, проходившему в

ЮАР, весь мир узнал о специфичной дудке, издающей очень громкий и не слишком приятный звук, – вувузеле. Четыре года спустя, после чемпионата в Бразилии, всеобщую популярность получила погремушка из цветного пластика – каширола. В 2023 году орфографический словарь русского языка пополнился новыми терминами: коптер, фотовидеофиксация, почтомат.

Существует заблуждение, что у некоторых людей абсолютно нет способностей к изучению иностранного языка. Результат зависит от приложенных усилий и от самого отношения к данной дисциплине. Ключевую роль также играет регулярность изучения языка. Если обучающийся будет ежедневно в течение одного месяца уделять 15–20 минут занятиям, то его результат будет намного лучше, чем у тех, кто потратил четыре воскресенья целиком на изучение дисциплины. Если человек освоил хотя бы один язык, свой родной, то и с другим у него тоже все получится. В Африке есть места, где практически каждый разговаривает на четырех или пяти языках.

Актуальность изучения иностранного языка не вызывает сомнения. Австрийский философ Л. Витгенштейн, подтверждая данную мысль, в своем трактате написал: «Границы моего языка означают границы моего мира» [2, с. 84]. Но, начиная заниматься языком, студенты должны четко определить для себя конкретную цель его изучения. При этом она не обязательно должна быть практической направленности, но существенно, чтобы цель была личной и важной для обучающегося. Например, в настоящее время становится популярным изучение родного языка своих предков, чтобы лучше понять

и узнать свой характер, причину поступков или действий.

Любая деятельность, и процесс обучения в том числе, – это прежде всего труд, и студенты должны понимать это. Однако существуют способы, позволяющие облегчить данный процесс. Например, хорошую память можно натренировать, как и любую мышцу в теле человека. Попробуйте провести несложный тест для определения возможностей вашей памяти. После одного беглого прочтения списка из любых десяти наименований (например, кролик, дерево, жилетка, дверь, окно, зонтик, коробка, змея, друг, яхта) постарайтесь назвать их в правильной последовательности. Если у вас не получилось с первого раза, это не повод для разочарования, потому что небольшая тренировка памяти покажет, что она способна справиться с данной задачей или даже с более сложными заданиями. Попробуйте сочинить короткий рассказ, используя все эти десять слов. Чем нелогичнее и необычнее он будет, тем лучше для запоминания. Этот способ отлично подходит для изучения иностранных слов и развития своих творческих способностей. Например: «Жил-был кролик на дереве. Он был очень модным, всегда носил жилетку. Однажды кролик решил отправиться на прогулку. Вместо двери он использовал окно. Затем он раскрыл свой зонтик и медленно спустился вниз. Там в коробке его ждала змея. Она была другом кролика. Вместе они поднялись на борт яхты и отправились путешествовать». – “Once upon a time there was a *rabbit* in a *tree*. He was very fashionable, always wore a *vest*. One day the rabbit decided to go for a walk. He used a *window* instead of a *door*. Then he opened his *umbrella* and slowly went

down. There was a *snake* waiting for him in the *box*. She was a *friend* of the rabbit. Together they boarded a *yacht* and went on a trip».

Характер и темперамент личности оказывают большое влияние на ее способность к изучению иностранного языка. Некоторые студенты с радостью пробуют что-то новое, не боятся делать ошибки, в то время как другие избегают незнакомых ситуаций. Задача педагога – регулярно предлагать обучающимся новые задания, задавать вопросы, имеющие рефлексивную направленность, например:

Что вы чувствуете в процессе изучения иностранного языка?

Для чего в будущем вам может пригодиться иностранный язык?

Что вы знаете о роли изучаемого иностранного языка в других странах?

Чередование разноплановых заданий поможет педагогу понять, какие из них дают более ощутимый эффект в плане обучения иностранному языку, а студентам – лучше узнать себя.

Современная психология подразделяет людей по восприятию на четыре типа: визуалы, аудиалы, кинестетики и дигиталы. Когда студенты поймут, к какой именно группе они относятся, то смогут определить самый удобный способ получения информации. «Это поможет легче и быстрее не только осваивать новые знания, но и избавиться от ненужных действий, которые нагружают мозг и при этом не приносят должного результата» [3, с. 3]. Так, аудиалу вряд ли помогут учебные или наглядные материалы, зато задания в виде аудирования, повторения услышанного дадут отличный результат. И наоборот, информация, полученная на слух, абсолютно не запомнится визуалу.

Учитывая индивидуальные особенности обучающихся, их способ восприятия информации, умелый преподаватель сможет сделать так, чтобы большинству студентов нравилось изучать иностранный язык.

Если рассматривать методику проведения практического занятия по дисциплине «Иностранный язык», на наш взгляд, повысить его эффективность поможет модель PPP “Presentation, Practice, Production” [6, p. 7]. Рассмотрим каждую стадию более подробно.

В рамках первого этапа главная, активная роль отводится педагогу, который знакомит и объясняет студентам новый материал. Сделать этот процесс передачи знаний более увлекательным и интересным поможет техника «извлечения знаний». Это могут быть вопросы, направленные на логику, догадку в отношении нового материала или на повторение изученной информации. Можно также попросить студентов привести пример изученной конструкции. Например: Teacher: “Give an example of an interesting experience you’ve had using Present Perfect”. Student: “I’ve been to China”. Вспоминая ранее рассмотренные группы людей, подразделяющиеся в зависимости от восприятия информации, целесообразно будет прибегнуть к визуальным эффектам. В качестве наглядных материалов можно использовать предметы в аудитории, картинки или фотографии.

На следующем этапе педагог должен организовать закрепление пройденного материала. Это могут быть как устные, так и небольшие письменные упражнения.

На последнем этапе преподаватель организует различные виды деятельности, например: работа в парах, группах, ролевые игры, которые помога-

ют отработать полученные знания на практике. При этом студенты получают больше самостоятельности и становятся основными субъектами образовательного процесса.

В настоящее время в научной литературе приобретает популярность метод под названием “guided discovery” [7, р. 157], позволяющий студентам самим получать знания на протяжении всего процесса обучения. Преподаватель подготавливает любой аутентичный материал (текст, песня, видео), и на основе его анализа студенты, используя такие свойства мышления, как синтез или сравнение, самостоятельно формулируют новое правило в письменном виде. Педагог, конечно, грамотно и аккуратно направляет, помогает обучающимся, но не объясняет новый материал. В этом главное отличие данного метода от описанного выше. На следующем этапе преподаватель предлагает разные задания, например, заполнить пропуски в тексте, расставить предложения в правильном порядке и др. На последней стадии занятия происходит отработка полученных знаний непосредственно в речи.

На наш взгляд, чем больше студенты вовлечены в процесс обучения, тем выше у них мотивация к изучению иностранного языка. Данный метод также эффективен для отработки ситуаций, которые могут произойти в реальной жизни, т.е. он имеет ярко выраженную практическую направленность.

Другим популярным методом, который используется в обучении иностранному языку, является ТТТ “Test, Teach, Test”. Занятие на основе его использования проходит также в три этапа. Сначала преподаватель проводит диагностическое тестирование с целью обнаружения пробелов в знаниях

у студентов. Далее проводится анализ допущенных ошибок и их проработка на основе выполнения тренировочных упражнений. На последней стадии проходит проверка усвоения изученного материала.

Любая учебная информация – это определенная знаковая система, например: текст, грамматический материал, звуки произносимых слов. «Чтобы информация превратилась в знание, студент должен понять ее смысл, т.е. перестроить свой прошлый опыт с учетом полученного нового содержания в ситуациях, которые в этой информации отражены» [5, с. 50]. А для того чтобы учебный материал имел смысл, он должен быть связан с жизненными ценностями обучающихся, т.е. быть интересным для них.

Используя следующие идеи, мы также сможем повысить уровень вовлеченности студентов в образовательный процесс:

1. Преподавание с энтузиазмом. Заинтересованный педагог заражает своей энергией и обучающихся. Преподаватель не только транслирует систему знаний, но и передает студентам «свое мотивационно-ценностное отношение к знаниям, свою увлеченность предметом, свое ценностное отношение к познавательной самостоятельности специалиста, тем самым моделируя и определенное положительное отношение студентов к ним» [4, с. 46].

2. Отсутствие полной информации. Когда педагог объясняет студентам новый материал, намеренно пропуская ключевые моменты, он тем самым стимулирует любопытство студентов.

3. Самоанализ. Психологи утверждают, что именно он помогает нам задуматься об эффективности образовательного процесса [8, с. 57].

4. Благоприятный психологический климат во время занятия. Отсутствие давления и стрессовых ситуаций положительно влияет на любую деятельность, включая обучение.

Язык является основным элементом культуры, жизни людей, которые говорят на нем. Существуют экономические, социальные и политические факторы, обуславливающие актуальность и важность изучения иностранного языка, в особенности английского, в современных условиях.

Таким образом, в рамках нашего исследования были рассмотрены следующие

модели, доказавшие свою эффективность в преподавании языка: PPP “Presentation, Practice, Production”, “guided discovery”, ТТТ “Test, Teach, Test”. Также были выявлены основные идеи, позволяющие повысить уровень вовлеченности студентов в образовательный процесс. Использование данных методов, идей и приемов в рамках практических занятий позволяет оптимизировать овладение навыками говорения, а также стимулировать интерес обучающихся к изучению иностранного языка в современных условиях развития общества.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Борычева Е.В. Язык и культурная идентичность в современных условиях развития России и стран Западной Европы // Вестник Московского государственного областного университета. 2023. № 1. С. 172–182.
2. Константинов Д.В. Основы философии. Омск, 2022. 165 с.
3. Лейвиц М. НЛП. 50 лучших методик. М., 2022. 50 с.
4. Минакова Т.В. Развитие познавательной самостоятельности студентов университета в процессе изучения иностранного языка. Оренбург, 2022. 192 с.
5. Стаканова Е.В. Смыслотехнологии в изучении иностранного языка. Ростов н/Д., 2023. 172 с.
6. Mackay Ch. Learning to Plan Modern Languages Lessons Understanding the Basic Ingredients. L., 2019. 224 p.
7. Outdoor Education: Methods and Strategies / K. Gilbertson, Alan W. Ewert, P. Siklander et al. Champaign, 2022. 260 p.
8. Ushioda E. Language Learning Motivation. Oxford, 2020. 184 p.

УДК 37:159.9.07

А.С. ТВЕРСКОЙ

АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ЦИФРОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА» В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Анализируется информационная составляющая образовательной среды в психолого-педагогических исследованиях последних лет. Рассматриваются примеры использования ЦОС в образовательном процессе.

Ключевые слова: цифровая образовательная среда, информационные ресурсы, инфраструктура образовательных процессов

The article analyzes the information component of the educational environment in psychological and pedagogical research in recent years. Examples of using DEE in the educational process are considered.

Keywords: digital educational environment, information resources, infrastructure of educational processes

Понятие «цифровая образовательная среда» на сегодняшний день остро нуждается в педагогическом осмыслении и интерпретации. Цифровая образовательная среда входит в национальный проект «Образование». Но это понятие в различных документах и исследованиях может встречаться в разных формулировках, самые распространенные: информационно-образовательное пространство, образовательная среда, информационно-образовательная среда. При этом, по сути, все эти термины описывают одно и то же явление – информационную составляющую образовательной среды, которая и формирует современное цифровое пространство системы образования.

Однако, на наш взгляд, все же необходимо различать понятия «пространство» и «среда». Считается, что под пространством следует понимать «фундаментальное понятие челове-

ского мышления, отображающее множественный характер существования мира, его неоднородность» [11]. И тогда под информационно-образовательным пространством мы можем понимать своеобразный накопитель образовательной информации и средств работы с ней [14].

В то время как среда в философии определяется как часть бытия по отношению к субъекту, в пределах которой он существует и на которую он воздействует [12].

И тогда цифровая образовательная среда – это некая область, в которой человек может действовать, используя цифровые инструменты для достижения различных целей, в нашем случае – образовательных.

Таким образом, разница совершенно очевидна. Цифровое образовательное пространство – это изолированная статичная система, и только если мы добавим в нее действующий активный субъект, то пространство станет обра-

зовательной средой. Без человека, использующего цифровые инструменты, даже самое продуманное информационно-образовательное пространство начинает очень быстро устаревать и в короткие сроки перестает быть приспособленным для решения образовательных задач. А следовательно, в рамках психолого-педагогического исследования нам необходимо говорить именно о цифровой образовательной среде (ЦОС), в которой всегда есть место развитию и динамике за счет постоянного включения в нее все новых и новых субъектов.

В последнее время в сфере образования, как и во всем мире, основное внимание приковано именно к понятию цифровой образовательной среды. Только за последние пять лет вышло огромное количество монографий и исследований, связанных с развитием и анализом этого понятия.

Национальный проект «Образование», анализируя понятие, говорит о верифицированном безопасном образовательном контенте, о широкополосном доступе в интернет, о возможности обмениваться лучшими образовательными практиками [6].

При этом в тексте федерального проекта под цифровой образовательной средой (ЦОС) понимается совокупность условий для реализации образовательных программ начального общего, основного общего и среднего общего образования с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий с учетом функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные и образовательные ресурсы и сервисы, цифровой образовательный контент, информаци-

онные и телекоммуникационные технологии, технологические средства и обеспечивающей освоение учащимися образовательных программ в полном объеме независимо от места их проживания [7].

Но это лишь технологическая сторона вопроса. Если же брать психолого-педагогический аспект, то современные исследования чаще всего рассматривают вопросы баланса очевидной пользы и неизбежных рисков, связанных с использованием ЦОС в образовательном процессе.

Конечно, невозможно себе представить, что в XXI веке мы можем обойтись без цифровой образовательной среды вообще. И дело даже не в том, что это требования современности, но и объективные события и причины не оставили человечеству выбора. Цифровая среда давно стала неотъемлемой частью всех мировых процессов. Медицина, экономика, политика, наука, благотворительность, торговля, промышленность – какую область человеческих знаний ни возьми, без цифровой среды никуда. Образование не стало исключением. И хотя большинство современных исследований начинают отсчет развития цифровой среды с 2020 года, когда мировой «локдаун» вывел жизнь человечества на новый цифровой уровень, на самом деле эти процессы, безусловно, начались гораздо раньше.

В 2016 году был разработан и утвержден проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации», рассчитанный до 2021 года и в большей степени ориентированный на повышение квалификации специалистов, работающих в экономической сфере, в связи с переходом на цифровую модель эко-

номики. Однако побочным эффектом этого проекта стало наращивание объема всевозможных онлайн-курсов и цифровых образовательных сервисов и платформ. И, конечно, все эти технологии быстро вышли за границы первоначальной целевой аудитории и начали активно развиваться в других областях, в том числе в области образования. Появились образовательные платформы «Фоксфорд» и «Инфоурок», «Московская электронная школа» и «Российская электронная школа», программы для проведения вебинаров Zoom и Microsoft Teams. Поэтому, когда в 2020 году грянул мировой «локдаун», система образования оказалась одной из самых технически готовых к переходу в дистанционный режим отраслей.

Пандемия 2020 года стала пиковой в развитии всех этих технологий. К уже имеющимся добавились GoogleKlass и «ЯКласс». Свои обучающие платформы запустили издательство «Просвещение» и большая часть высших учебных заведений страны. Поэтому к 2023 году технические вопросы применения и распространения цифровой образовательной среды были полностью решены. Осталось найти баланс применения технологий, позволяющий модернизировать образовательный процесс без ущерба для традиционной модели образования и личности обучающихся.

Очевидные преимущества развития и применения цифровой образовательной среды тоже стали обсуждаться не только во время пандемии, но и гораздо раньше. Так, в 2019 году в журнале ЦИТИСЭ вышла статья, анализирующая достоинства и преимущества применения цифровой образовательной среды при подготовке студентов,

особенно IT-специальностей. Авторы отмечали несомненные преимущества использования ЦОС. Приведем некоторые из них:

1. Привязка цифровой образовательной среды к конкретному учебному заведению, к конкретной учебной платформе, архитектурные особенности этой среды, учитывающие учебный план конкретного учебного заведения. Это сразу делает ЦОС не системой самоподготовки, а полноценной образовательной технологией.

2. Доступность образовательного процесса, его независимость от географического или временного разделения преподавателя и учеников.

3. Большое количество программных улучшений, способных вывести образование на новый уровень, повысить его качество, сделать более практико-ориентированным и более наглядным [1].

В том же 2019 году был запущен Федеральный проект «Цифровая образовательная среда», который является частью Национального проекта «Образование» и направлен на создание к 2024 году в образовательных организациях современной и доступной цифровой образовательной среды, обеспечивающей высокое качество и доступность образования всех видов и уровней путем обновления информационно-коммуникационной инфраструктуры, подготовки кадров, создания федеральной цифровой платформы [10].

В рамках этого проекта были перечислены все несомненные плюсы внедрения ЦОС в образовательные процессы.

Среди прочего разработчики проекта отмечали, что для школьников несомненным плюсом станет повы-

шение интереса к обучению, развитие цифровых компетенций, формирование осознанного отношения к выбору профессии, развитие проектно-исследовательской деятельности. Для педагогов – снижение административной нагрузки, мотивация для создания собственного образовательного контента, возможности для саморазвития. Для родителей – информирование в режиме реального времени об успеваемости ребенка и посещениях им занятий.

При этом основная цель развития цифровой образовательной среды – устойчивость школы к вызовам современности (сезонным заболеваниям, эпидемиям, чрезвычайным ситуациям и т.д.). И несмотря на то, что выглядит все это как педагогический проект, последствия его реализации – неотъемлемая часть экономического развития страны. Ведь теперь подготовка специалистов должного уровня не будет зависеть от внешних условий. Таким образом, очевидно, что пандемия коронавирусной инфекции стала лишь одной из предпосылок процессов, которые начались уже давно.

Конечно, авторы проекта отмечают и проблемы, связанные с внедрением цифровой образовательной среды. К ним относят:

1. Статистические проблемы, которые не позволяют назвать точное количество образовательных организаций России, что затрудняет финансирование проекта.

2. Алгоритмические проблемы, связанные с отсутствием простого плана действий по внедрению ЦОС. Какая-либо регламентированность наблюдается только в крупных городах типа Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Нижнего Новгорода и т.д.

3. Проблемы планирования, связанные с несоблюдением сроков по отдельным частям проекта.

4. Методические проблемы, которые плавно перетекают в проблемы подготовки квалифицированных педагогических кадров. Нехватка грамотных методистов замедляет процесс развития ЦОС. И если эту проблему начать развивать, то неизбежно встанет вопрос модернизации и реформирования высшего образования.

5. Психологические проблемы, связанные с наличием психологического барьера к переводу на электронное обучение и применение дистанционных технологий, а также склонностью к крайностям, при которых цифровая образовательная среда в некоторых случаях полностью вытесняет традиционную модель образования и становится больше похожей на самоподготовку [3].

Интересно, что выявленные проблемы носят в основном технический характер. А психологические проблемы в большей степени отражают трудности в процессе принятия обществом неизбежных перемен. Те внутренние проблемы и риски, которые несет в себе цифровая образовательная среда и о которых довольно тревожно высказываются многие педагоги, психологи и социологи, в официальных документах не отражены. Но именно на них мы и остановимся подробнее.

Еще в «допандемийном» 2019 году многие исследователи, отдавая должное важности и преимуществам внедрения и развития цифровой образовательной среды, все же отмечали и благоприятные условия для возникновения различных рисков, связанных с цифровизацией образования.

Так, на IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, которая прошла в 2019 году в Екатеринбурге, отмечалось, что с развитием цифровой образовательной среды у ребенка появляется личное онлайн-пространство, которое визуализирует окружающий мир, выводя «за кадр» отношения со сверстниками, сферу влияния родителей и друзей. При этом бесконтрольно утекают в социальные сети и глобальную сеть не только личные данные ребенка, но и его эмоции, комментарии, фотографии, переживания – все то, чем обычно человек не хочет делиться со всеми. И если у взрослого человека есть механизмы психологической защиты, то ребенок такими инструментами не владеет. Так начинается стихийный процесс цифровой социализации личности, при котором виртуальная реальность дополняет реальную и формируется сетевая идентичность, которая выходит за пределы системы образования и никак не контролируется этой системой [8]. Именно тогда, в 2019 году, педагоги впервые глобально задумались над цифровой образовательной средой как над реальной проблемой.

При этом следует отметить, что цифровая экономика формирует новую реальность и диктует новые условия получения образования, которые невозможно не учитывать. Мы не можем пройти мимо расширяющихся возможностей применения, изменения и расширения перечня различных профессиональных компетенций, которыми необходимо овладеть для успешной профессиональной деятельности. Появляются цифровая музыка, нано- и биотехнологии, расширяются базовые умения и навыки.

И получается, что применение цифровой образовательной среды и внедрение ее в образовательный процесс – явление неизбежное, но адекватного представления о том, как она может повлиять на фундамент личности ребенка, по-прежнему не существует. Попробуем во всем этом разобраться.

Если проанализировать различные источники, которых, кстати, довольно мало, то можно утверждать, что все потенциальные риски условно можно разделить на несколько групп:

- технологические;
- социальные;
- методические;
- психологические.

Технологические риски вполне понятны. Большая территория страны, неравномерность населения, неравномерность распределения ИТ-ресурсов, зональное технологическое развитие, при котором районные центры существенно опережают регионы – все это рождает целый пласт проблем, о которых говорится во всех официальных источниках, включая тексты документов национального и федерального проектов. Нехватка оборудования, перебои с доступом в интернет, быстрое устаревание программного обеспечения и многое-многое другое.

Социальные проблемы скорее связаны с теми предрассудками и страхами, которые существуют в обществе. Многочисленные призывы «противостоять подмене учителя на говорящую голову» не могли пройти без последствий, и в определенных социальных кругах цифровизация образовательного процесса воспринимается очень негативно, даже агрессивно. Можно услышать разговоры о том, что посредством этих сервисов в сеть попадают личные данные, что за всем населением следят, что

цифровая образовательная среда способствует развитию клипового сознания и т.д.

Справедливости ради надо заметить, что эта часть населения точно так же противостояла когда-то внедрению безналичной системы расчетов, присваиванию ИНН, развитию портала государственных услуг и вообще всему, что может автоматизировать привычные бюрократические процессы, поэтому их противодействие развитию и внедрению цифровой образовательной среды вряд ли может кого-то удивить.

Методические проблемы на самом деле представлены гораздо шире, чем о них принято говорить в современных исследованиях. Обычно отмечается нехватка учебно-методических материалов и контента [3]. Но на самом деле проблема гораздо шире, она состоит в острой нехватке методистов ЦОС. Те специалисты, которые на сегодняшний день работают в образовательных организациях всех ступеней образования, используют методику, не рассчитанную на внедрение цифровой образовательной среды. А подготовка новых кадров недостаточно эффективна, потому что устарели образовательные программы высшего образования. Педагогические вузы выпускают специалистов, подготовленных для работы с учебником, тетрадь и компьютером. В некоторых областях педагогической подготовки даже не предусмотрен такой предмет, как информатика (например, на филологических факультетах). Но эти специалисты приходят работать в школы, где применяются интерактивные панели, используются инструменты цифровой образовательной среды, привлекаются искусственный интеллект и виртуальная и дополненная реальность [4].

Конечно, система образования пытается восполнить эти дефициты, постоянно повышая квалификацию своих сотрудников, в том числе и ИТ-квалификацию. Но для существенного сдвига в этой области необходимо менять систему подготовки педагогических кадров, на что на сегодняшний день система высшего образования не способна.

Отсюда и появляется дефицит образовательного контента. А тот, что есть, – скучный, недостаточно интерактивный, не содержащий нужное количество практических задач. Особенно это заметно в гуманитарных областях, где даже с грамотным методическим подходом довольно сложно добиться наглядности. Самый яркий пример – виртуальные лаборатории на платформе МЭШ («Московская электронная школа»). Это очень интересный, увлекательный и полезный контент, который, однако, не затрагивает такие дисциплины, как русский язык, литература, история и обществознание. Интересно, что сами учителя – филологи и историки – имеют множество идей, как должны выглядеть виртуальные лаборатории по их предметам, но возможности самостоятельно разрабатывать контент такого уровня на платформе МЭШ не существует.

Но самое большое опасение педагогов и психологов сегодня вызывает пласт психологических рисков, которые несет в себе цифровая образовательная среда.

Первым ученым, который забил тревогу в этой области, была Татьяна Владимировна Черниговская, специалист в области нейронауки и психолингвистики, а также теории сознания.

Она отмечает, что цифровая реальность стала признаком социализиро-

ванности. «Тот, кто не имеет доступа к глобальной сети, практически не существует в современном мире: он может заниматься чем угодно, но не будет при этом являться участником общего дела» [9]. Но насколько на самом деле человек включен в жизнь социума – по сути не имеет значения. Если он присутствует внутри цифрового пространства, то он по умолчанию социализирован.

При этом Т.В. Черниговская признает, что информационная реальность очень стрессогенна. Она настолько уподоблена обычной реальности, что человек вряд ли сможет отличить объекты настоящие от их цифровых копий. И это ведет к растерянности, особенно в таком важном деле, как воспитание и образование. Взрослые люди не понимают, чему учить, что необходимо дать современному ребенку, а что для него лишнее [5].

На основании этого Т.В. Черниговская даже представляет новый вид человека и называет его Номо confusus, или «человек растерянный». Этот человек пока не осознал, насколько сложный и динамичный мир его окружает, и не понимает, как в нем жить [9].

Не менее тревожно анализирует психологические риски для детей группа московских педагогов-психологов, которые рассматривают цифровую образовательную среду в рамках воспитательного процесса. Они даже разработали специальный опросник «Потенциалы и риски цифровой среды в воспитании школьников», где подробно разобрали все возможные риски для развития личности школьников [13].

Среди многих уже известных рисков, озвученных еще Т.В. Черниговской, московская группа ученых отмечает следующие:

1. Чрезмерное, немотивированное злоупотребление временем работы в сети, не обусловленное профессиональной, научной или иной созидательной деятельностью.

2. Использование средств интернета как преобладающего средства коммуникации.

3. Создание и эксплуатация виртуальных образов, крайне далеких от реальных характеристик.

4. Социализация не в реальном, а в киберпространстве, которое заполнено социальными мифами и фантазиями, далекими от реальности.

5. Отсутствие различения сетевой и внесетевой идентичности личности, что приводит к тому, что дети сами распространяют свои персональные данные и часто становятся жертвами сетевых злоумышленников.

Но это все скорее внешние риски, которые относятся к области элементарной цифровой грамотности. А цифровой грамотности можно научить. Внутренние же риски значительно серьезнее, они несут угрозу развития личности, когда личность находится в опасности, даже если цифровое пространство само по себе вполне безопасно.

Об этом убедительно писали в 2022 году Игорь Ашманов и Наталья Касперская в своем учебнике «Цифровая гигиена», где выделили довольно большой пласт психологических рисков.

Они отметили особенности детей из группы риска, которым виртуальная реальность ближе и понятнее реальной:

1. Клиповое мышление – желание все время переключаться.

2. Поиск вместо знаний – постоянная проверка информации в поисковике вместо запоминания фактов, отры-

вочные сведения обо всем, презрение к знаниям.

3. Слабые связи вместо сильных – ненастоящие, малознакомые «друзья» в Сети, часть из которых – равнодушные незнакомцы или враги.

4. Вечная публичность, привычка всегда быть на сцене, на публике, сообщать всем о событиях и фактах из своей жизни, выкладывать фотографии и видео о себе; полная прозрачность, но при этом создание фальшивого фасада, зависимость от «видимости», восприятие другими.

5. «Цифровое одичание» – отрывочные сведения обо всем, дикость, нехватка культуры.

6. Проблемы со здоровьем – искривление позвоночника, ухудшение зрения, здоровья в целом.

7. Цифровая наркомания – зависимость от смартфона, от «друзей», постоянное ожидание сообщений, «лайков», комментариев [2].

Если перевести это все на язык психологии, то мы имеем дело с когнитивными нарушениями, поведенческими отклонениями и аддитивным (зависимым) поведением. Однако, к большому сожалению, в учебнике И. Ашманова и Н. Касперской не рассматриваются эти риски как предмет изучения. Несмотря на то что авторами они обозначаются, тем не менее сам учебник по-прежнему о цифровой безопасности в Сети.

Подводя итоги, можно сказать, что современный образовательный процесс неотделим от цифровой образовательной среды. Одна из основных задач современного образования – воспитание полноценного гражданина страны, гармоничной личности. Выпускники школ должны определиться с профессиональным выбором, а выпускники профессиональных учебных

учреждений должны уметь применять свои навыки в современных реалиях, среди которых – цифровая экономика. Воспитывать и обучать будущих участников цифровых экономических процессов без использования цифровой образовательной среды бесперспективно. Поэтому вопрос о внедрении и развитии цифровой образовательной среды – это федеральный проект, часть нацпроекта «Образование».

Возможности и достоинства цифровой образовательной среды очевидны всем участникам образовательных отношений. Это и повышение доступности образования, и снижение затрат на образование, так как цифровые образовательные ресурсы требуют меньших экономических затрат, и повышение наглядности образовательного процесса, и его практикоориентированность, и многое другое. Однако в современных психолого-педагогических исследованиях большое внимание уделяется не только плюсам применения цифровой образовательной среды, но и тем рискам, которые она в себе содержит. И если технологические и социальные риски скорее вскользь упоминаются в официальной документации проекта ЦОС, то методические и психолого-педагогические риски являются одной из самых актуальных проблем современных педагогических и психологических наук, исследующих образовательный процесс XXI века. При этом довольно часто происходит подмена понятий, и вместо психологических рисков и проблем исследуются проблемы цифровой безопасности, а вопросы цифровой гигиены чаще всего сводятся к проблемам защиты личных данных, но никак не связаны с проблемами формирования психологического здоровья личности обучающихся.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алисултанова Э.Д., Моисеенко Н.А., Усамов И.Р. Цифровая образовательная среда как основа формирования современного IT-специалиста // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (20). URL: <https://ma123.ru/wp-content/uploads/2019/06/%D0%92%D0%90%D0%9A-%D0%B3%D0%BE%D1%82.pdf> (дата обращения: 20.12.2023).
2. Ашманов И.С. Касперская Н.И. Цифровая гигиена. URL: <https://www.rulit.me/books/cifrovaya-gigiena-read-698539-8.html> (дата обращения: 3.03.2024).
3. Карпенко А.С., Павлова С.М. Цифровая образовательная среда в России: проблемы, опыт внедрения и перспективы // Человеческий капитал. 2021. № 12 (156). Т. 2. URL: https://humancapital.su/wp-content/uploads/2021/12/202112-2_p043-052.pdf (дата обращения: 11.11.2023).
4. Методологические основы формирования современной цифровой образовательной среды: монография / И.В. Авадаева, С.К. Анисимова-Ткалич, Е.В. Везетиу и др. Эл. изд. Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 1174 с.). Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2018. URL: <http://scipro.ru/conf/monographeeducation-1.pdf> (дата обращения: 1.12.2023).
5. Мир становится сложнее, а человек – проще: Татьяна Черниговская о цифровом мире. Образовательный портал FB.ru. URL: <https://fb.ru/post/science/2021/8/12/323109> (дата обращения: 1.12.2023).
6. Национальные проекты России. URL: https://xn--80aapapremcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/obrazovanie/umnaya_shkola (дата обращения: 15.12.2023).
7. Постановление Правительства РФ от 07.12.2020 № 2040 «О проведении эксперимента по внедрению цифровой образовательной среды» (вместе с «Положением о проведении на территории отдельных субъектов Российской Федерации эксперимента по внедрению цифровой образовательной среды»). URL: https://sh-aladash.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/5_Postanovlenie_Pravitelstva_RF_ot_07.12.2020_N_2040_TsOS_experiment.pdf (дата обращения: 05.12.2023).
8. Сопегина В.Т. Цифровая образовательная среда: возможности и риски // Адресная подготовка специалистов среднего профессионального образования в процессе сетевого взаимодействия: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (17–18 июня 2019 г., г. Екатеринбург) / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. Уфа: Аэтерна, 2019. С. 56–59. URL: <https://elar.rspu.ru/handle/123456789/38201> (дата обращения: 31.12.2023).
9. Татьяна Черниговская: цифровизация и человечность. URL: <http://eawfpress.ru/press-tsentr/news/glav/nauka/tatyana-chernigovskaya-tsifrovizatsiya-i-chelovechnost/> (дата обращения: 1.12.2023).
10. Федеральный проект «Цифровая образовательная среда». URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/cos/> (дата обращения: 10.12.2023).
11. Философская энциклопедия. Словари и энциклопедии на «Академике». URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/994/ (дата обращения: 10.12.2023).
12. Философская энциклопедия. Словари и энциклопедии на «Академике». URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3388/%D0%A1%D0%A0%D0%95%D0%94%D0%90 (дата обращения: 10.12.2023).
13. Цифровая среда и современное воспитание: коллективная монография / Е.В. Бебенина, Г.Ю. Беляев, В.В. Круглов и др. Эл. изд. М.: АНО Педагогический поиск, 2022. 128 с. URL: <http://www.ppoisk.com/Kruglov1.pdf> (дата обращения: 18.12.2023).
14. Шилова О.Н. Цифровая образовательная среда: педагогический взгляд // Человек и образование. 2020. № 2 (63). С. 36.

УДК 317.315

К.А. АРЗАМАСЦЕВ

АЛГОРИТМИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА РАБОТЕ С ЦИФРОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Рассматривается алгоритмический подход к обучению, разработанный в теории дидактики. Оценивая перспективность алгоритмического подхода в условиях развивающихся информационных технологий в различных сферах профессиональной деятельности, автор считает перспективным его использование в подготовке персонала к работе в цифровой среде. Причем методика алгоритмического подхода должна быть адекватна особенностям производственных операций и действий в рамках профессиональных должностных обязанностей.

Ключевые слова: алгоритм, профессиональная деятельность, гостиничный комплекс, информационные технологии, цифровая среда

An algorithmic approach to learning based on the theory of didactics is considered. Assessing the prospects of the algorithmic approach in the context of developing information technologies in various fields of professional activity, the author considers its use promising in training personnel to work in the digital environment. Moreover, the methodology of the algorithmic approach must be adequate to the characteristics of production operations and actions within the framework of professional job responsibilities.

Keywords: algorithm, professional activity, hotel complex, information technologies, digital environment

Алгоритмический подход, разработанный в педагогических научных исследованиях прошлого века при создании методики программированного обучения, не потерял своей актуальности и востребованности в реализации программ профессионального и дополнительного образования в современном мире, особенно в связи с развитием информационных технологий. В цифровой среде, искусственном интеллекте, машинном обучении, широко использующих обработку больших данных и аналитические функции, особая роль принадлежит алгоритмам. Теория и методика алгоритмического подхода в обучении была разработана в 60–

70-е годы прошлого столетия. В связи с этим одной из значимых работ является монография Л.Н. Ланда «Алгоритмизация в обучении», изданная в 1966 году [2]. Разделяя позицию Льва Наумовича Ланда, считаем, что технологическая деятельность требует осуществления определенной системы операций, причем часто обязательно в строгой последовательности. Нарушив нужную систему операций или отступив от необходимой их последовательности, решить задачу нельзя. Особенно важно соблюдение операционных алгоритмов для сотрудников крупного гостиничного комплекса с многозадачным полем профессиональной деятельности. Поток информации, с которым приходится работать, постоянно

растет. При этом наблюдается нехватка времени, отводимого на ее освоение. Наличие алгоритмических предписаний по различным видам профессиональных действий, осуществляемых с использованием информационных технологий, ускорит процесс производственной деятельности и ее качество.

Алгоритм – такое предписание, которое определяет содержание и последовательность операций, превращающих исходные данные в искомый результат. Согласно теории В.П. Беспалько, «основными свойствами алгоритма являются: 1. Определенность (простота и однозначность операций). 2. Массовость (приложимость к целому классу задач). 3. Результативность (обязательное подведение к ответу). 4. Дискретность (членение на элементарные шаги)» [1, с. 15].

Анализ различных видов профессиональной деятельности в системе гостиничного комплекса позволил сделать вывод, что технологические задачи требуют решения по определенным алгоритмам (алгоритмическим процедурам). А значит, и профессиональное обучение, повышение квалификации персонала без алгоритмов невозможно [3].

На основе анализа методической литературы можно выделить два направления алгоритмического подхода к обучению персонала гостиницы: а) обучение алгоритмам решений; б) обучение алгоритмам поиска алгоритмов [5].

Первое направление определяется необходимостью овладения сотрудниками алгоритмом последовательности решения прикладной задачи. Для этого в процессе обучения необходимо проинформировать о правилах и приемах правильного пользования данной технологией в цифровой среде.

Во втором случае сотрудники имеют только исходные данные производственной задачи, а их способность решить ее состоит в умении найти алгоритм правильного решения.

Способы и приемы реализации алгоритмического подхода в данном контексте предполагают однозначную последовательность производственных операций и действий, предписанную данной технологией; последовательность алгоритмических процедур на основе анализа деятельности мастеров-наставников (возможно, с выявлением провоцирующих ошибок); детальный разбор и проверку правильности предлагаемых алгоритмов действий; учет изменившихся условий и коррекцию алгоритма действий; возможное упрощение алгоритмических последовательностей путем выявления допускающих замены или объединение операций в блоки.

Второй способ обучения, заключающийся в поиске алгоритмов в цифровой среде, затронул по времени, однако опыт показывает, что он более эффективен в развитии профессиональных компетенций и личностном развитии. Возрастает мотивация к продолжению обучения в цифровой сфере, развивается дивергентное мышление, умение аргументировать принимаемые производственные решения, потребность в самообразовании. Это направление алгоритмического подхода к обучению персонала гостиничного комплекса способствует более активному вхождению сотрудников в цифровую среду, способствует преодолению внутренних барьеров, развивает уверенность при работе в цифровой среде. Более значимой становится организация труда, проявляющаяся в критическом осмыслении производственных ситу-

аций, их системном анализе, выборе оптимального решения. Возрастает осознание собственной роли в системе производственных связей крупного гостиничного комплекса, интерес к новым цифровым технологиям, стремление к самообразованию, потребность использовать в своей работе цифровые технологии.

Важным аспектом обучения на основе алгоритмического подхода является выбор технологии обучения [4]. Технология алгоритмического подхода к обучению основывается на определении последовательности профессиональных задач, которая приведет к желаемому результату. Определение последовательности включает следующие шаги: выделение более мелких подзадач и их структурирование; точность в формулировании; возможность автоматизации производственных процессов; возможность применения в других производственных ситуациях.

Оптимальная структура обучения включает:

- определение цели обучения с учетом заранее заданного уровня достижения результата;
- формулирование возможной мотивации обучения;
- построение процесса обучения с учетом дидактических закономерностей и принципов; построение логической структуры учебного материала с учетом уровня подготовленности обучающихся к его освоению;
- учет возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся;
- выбор типа и структуры занятий;
- создание условий в процессе обучения для сотрудничества и взаимоотношений в группе.

Такой подход к построению и реализации процесса обучения требует высокопрофессиональной подготовки преподавателя.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Беспалько В.П. *Основы теории педагогических систем. Проблемы и методы психолого-педагогического обеспечения технических обучающих систем.* Воронеж, 1977.
2. Ланда Л.Н. *Алгоритмизация в обучении.* М.: Просвещение, 1966. 523 с.
3. Овчинникова И.В. *Алгоритмический подход в обучении: новое – как хорошо забытое старое* // *Фундаментальные исследования.* 2008. № 5. С. 97–98.
4. Тулькибаева Н.Н., Усова А.В. *Методика обучения учащихся умению решать задачи.* ЧГПУ, 1981.
5. Шапиро С.И. *От алгоритмов – к суждениям.* М., 1973.

УДК 331.91

Д.Ю. СМИРНОВ

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ И ПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛА КРУПНЫХ КОРПОРАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ ОПЫТЕ

Статья посвящена международному опыту повышения квалификации и подготовки персонала в крупных международных компаниях. Проанализированы текущие тренды в организации обучения в международных компаниях. Сделаны выводы и указаны наиболее эффективные решения, которые необходимо учесть при организации обучения сотрудников в крупных российских холдингах.

Ключевые слова: международный опыт повышения квалификации сотрудников, корпоративный университет, наставничество

The article is devoted to the international experience of professional development and personnel training in large international companies. We analyzed the current trends in the organization of training in international companies. We drew conclusions and pointed out the most effective solutions that need to be considered when organizing employee training in large Russian holdings.

Keywords: international experience of staff development, corporate university, mentoring

В последние несколько десятков лет под влиянием глобализации экономики и развития технологий значительно меняется и бизнес крупных корпораций. Конкурировать компании начали не только самим продуктом производства, его потребительскими свойствами, а уровнем сервиса, предоставляемого клиентам, технологиями продвижения продукта на рынке, эффективностью бизнес-процессов.

Фактором, определяющим конкурентные преимущества компаний на рынке, становится уровень профессиональной подготовки сотрудников и наличие у них набора необходимых личностных качеств. Повышение квалификации и профессиональная подготовка стали условиями не только роста бизнеса, но и его существования в острой конкурентной среде. Обучение

направлено на все уровни и должности сотрудников, на тех, кто только пришел в компанию, тех, кто продвигается по карьерной лестнице и адаптируется в новой должности, и сотрудников-профессионалов, которым надо адаптировать существующие навыки или получить обновленные для соответствия новым технологиям и методам.

Корпоративная профессиональная подготовка персонала становится очень важной частью бизнеса и стратегии крупных компаний.

Под корпоративным образованием следует понимать часть системы непрерывного образования, представляющую собой совокупность взаимосвязанных образовательных структур и учебных программ предприятий, компаний, фирм, корпораций, обеспечивающих производственные потребности в высококвалифицированных,

компетентных, конкурентоспособных рабочих и специалистов, руководящем составе, необходимых для успешного функционирования и развития финансово-промышленных составляющих корпорации.

Решение исследовательских задач настоящей работы потребовало изучения и анализа международного опыта подготовки и повышения квалификации сотрудников крупных корпораций.

Проанализирован опыт построения системы повышения квалификации и подготовки персонала в крупных международных корпорациях США, Европы, Японии и выявлены современные тенденции корпоративного обучения.

Опыт США. США были первой страной, которая по итогам проведенных исследований среди крупных корпораций вывела закономерность связи между уровнем профессиональной подготовки сотрудников и экономической эффективностью бизнеса.

Основоположником создания корпоративных университетов считается компания McDonald's, которая открыла свой Hamburger University еще в 1961 году. Для нее было важно, чтобы обучение было унифицировано и кадры готовились так, чтобы стандарты, политики и процедуры фирмы присутствовали во всех странах, где представлен McDonald's. Только корпоративный университет мог решить эту задачу [2].

Apple Inc. известна своим инновационным подходом к обучению сотрудников. Компания акцентирует внимание не только на технических знаниях, но и на развитии критического мышления и творческих способностей сотрудников. Apple University применяет кейс-методы и реальные бизнес-сцена-

рии, что способствует комплексному развитию сотрудников.

Отдельно стоит отметить еще один яркий пример крупного и успешного корпоративного университета – Motorola University. Годовой бюджет корпоративного университета превышает 100 млн долларов, и он представлен филиалами в более чем 20 странах. Штат сотрудников Motorola University составляет более 400 человек в четырех регионах мира:

- 1) Европа, Ближний Восток и Африка;
- 2) Азия и Тихоокеанский регион;
- 3) Канада и Латинская Америка;
- 4) Северная Америка.

В каждом регионе существует своя специфика в определении приоритетов повышения квалификации и подготовки персонала, например, в Европе делают больший упор на планировании и проектном управлении, а в Азии – на навыки общения, установления контактов и создания эффективного партнерства. Три колледжа – Emerging Markets, College of Technology, College of Leadership and Transcultural Studies – стали центром университета, именно здесь разрабатывают новые курсы и методики, проводят различные научные исследования и пилотные проекты. Колледж Emerging Markets призван заниматься проблемами развития бизнеса и маркетинга, College of Technology делает упор на вопросы инженерии и технологии, качества и программного обеспечения, College of Leadership and Transcultural Studies стремится развить лидерские качества менеджеров.

В 1990-х годах из-за неблагоприятной экономической ситуации в ряде стран появился новый тренд в финансировании собственных корпоративных университетов, который стала

использовать в том числе и компания Motorola. Корпоративные университеты стали представлять собой независимые бизнес-подразделения, предлагающие услуги по обучению и повышению квалификации не только внутренним клиентам (структурам головной компании), но и сторонним компаниям. При такой схеме финансирования и правильной организации работы, по оценкам западных экспертов, доля таких внешних контрактов может достигнуть до 50% в бюджетах корпоративных университетов [5].

Данная система оказывает позитивное влияние на направленность программ обучения, они отражают реальные бизнес-потребности, а не декларации и видение руководства компании. Поэтому корпоративный университет Motorola, инновационный и передовой по своей сути, является эффективным и прибыльным. Разработанные собственными специалистами программы обучения стали доступны не только для сотрудников Motorola, но также и для внешних заказчиков, в том числе для бизнес-партнеров компании, что служит дополнительным способом для укрепления партнерства.

Бизнес корпорации Tesla обладает спецификой, которая требует совмещения экспертизы в автомобильной промышленности и вопросах экологии. Для подготовки кадров корпорация создала свой корпоративный университет. Tesla START — программа, которую должен пройти каждый сотрудник компании. В учебном центре готовят сервисных техников, производителей, логистов, программистов и других специалистов. Сотрудники получают теоретические знания и учатся применять их на практике. Есть сло-

жившаяся практика онлайн-обучения и самостоятельной работы [3].

Amazon — самая крупная мировая платформа электронной коммерции и облачных вычислительных программ. Компании также принадлежат издательство, киностудия, производство бытовой техники.

Пять лет назад в Amazon стартовала программа для повышения квалификации сотрудников, т.е. было принято решение инвестировать в развитие собственных сотрудников, вместо того чтобы нанимать специалистов со стороны.

Стоит отметить интересный подход компании к должностям, которые находятся под угрозой сокращения из-за развития технологий автоматизации производственных процессов, например складского персонала и бухгалтерии. Для таких сотрудников разработаны программы по изучению программирования и других навыков.

Также Amazon ввел в практику программы адаптации сотрудников на новых должностях и программы для вновь пришедших в компанию специалистов.

Европейский опыт так же богат хорошими примерами подготовки персонала.

Вторая по величине в мире пивоваренная компания Heineken провела исследование, которое показало, что около 90% руководителей хотят уделять больше времени новым сотрудникам. Решением стала система обратного наставничества, когда новые сотрудники становились наставниками для своих руководителей, тем самым руководители могли получать обратную связь о процессах в компании и слабых местах в организации бизнес-процессов. Heineken широко использует програм-

му обмена опытом между своими подразделениями в разных странах. Такой подход позволяет сотрудникам почувствовать себя частью корпорации мирового масштаба, что дает чувство защищенности, а также позволяет понимать специфику рынка разных стран, готовя сотрудников для работы на разных мировых рынках.

Siemens AG представляет собой пример компании, разработавшей обширную программу обучения, ориентированную на непрерывное развитие. Программа включает в себя разнообразные курсы и тренинги с акцентом на обучение на рабочем месте, что позволяет сотрудникам адаптироваться к изменениям в технологиях и рыночных условиях.

Японская система обучения персонала. В Японии подход к повышению квалификации значительно отличается от американского и европейского. Основной упор делают на внутрикорпоративное обучение и практику на производстве. Здесь не принято отправлять сотрудников на внешние тренинги. У каждого нового работника воспитывают сознание, что он часть компании как большой семьи. Каждый его успех или неудача отражаются на развитии всей фирмы.

В основе обучения персонала компании Toyota лежит метод Training Within Industry, т.е. «обучение на производстве» [4]. У каждого вновь нанятого специалиста есть наставник, который вводит его в курс дела и в тонкости работы. Существует определенный алгоритм выяснения существующих знаний, навыков и умений, для того чтобы правильно выстроить процесс обучения и закрепления знаний на практике. Основной принцип обучения – «если сотрудник сделал что-то неправильно».

но, значит, наставник плохо научил». В результате новый сотрудник быстрее адаптируется в должности и получает необходимые знания и навыки.

Sony – один из ведущих производителей бытовой и профессиональной техники – обладает особенностью, выраженной в том, что рабочий коллектив воспринимается как семья. Это внушается каждому сотруднику компании. Каждый сотрудник ответствен за результат корпорации.

В Sony сотрудники редко перемещаются вверх по карьерной лестнице, но есть система ротации кадров, которая подразумевает перемещение сотрудников на различные позиции с абсолютно разным функционалом. Это позволяет сотрудникам многосторонне развиваться и осваивать новые профессии.

Выводы и рекомендации. Мы рассмотрели примеры профессиональной подготовки из США, Европы и Японии. Систематизировав ключевые подходы разных корпораций, можно дать несколько важных рекомендаций, которые нужно учесть при организации обучения персонала в крупных российских компаниях.

Зарубежные компании рассматривают обучение персонала как фактор успешного развития компании и достижения стратегических целей. Инвестиции в обучение значительные, но они, как правило, окупаются, так как профессиональные кадры обеспечивают эффективность бизнеса.

Обучение персонала в международных компаниях часто базируется на наставничестве. Используются дистанционные (онлайн) формы обучения. Широко используется обмен опытом между разными подразделениями компании. Практикуется кросс-функциональное обучение, когда со-

трудник получает опыт работы в других отделах с другим функционалом.

У подавляющего большинства международных корпораций организованы свои собственные корпоративные университеты, для того чтобы обучение персонала было привязано к конкретным особенностям и потребностям бизнеса.

Некоторые корпорации используют свои университеты как центры прибыли, предоставляя услуги по подготовке персонала третьим сторонам – небольшим компаниям, которые не могут себе позволить свой институт подготовки кадров.

В заключение можно сказать, что для организации обучения персонала крупной корпорации самым эффективным способом может являться от-

крытие собственного корпоративного университета с программами адаптации новых сотрудников, программами переподготовки опытных сотрудников по новым технологиям, обучением специалистов знаниям и навыкам по смежным профессиям для подготовки их к движению по карьерной лестнице. Как подчеркивали исследования С.Я. Батышева и А.М. Новикова (и это находит отражение в международной практике крупных компаний), важными моментами являются интеграция обучения с реальной практикой и активное участие обучающихся в процессе обучения, институт наставничества [1]. Максимального эффекта можно добиться только при наличии собственной системы подготовки кадров через корпоративный университет.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Батышев А.С. Педагогическая система наставничества в трудовом коллективе. М.: Высш. шк., 1985. 272 с.
2. *Hamburger Education: Inside McDonald's University (2021)* // *University of the people*. URL: <https://www.uopeople.edu/blog/hamburger-education-inside-mcdonalds-university/> (дата обращения: 01.04.2024).
3. *Tesla Start*. URL: <https://www.tesla.com/careers/tesla-start/> (дата обращения: 01.04.2024).
4. *Toyota University and Its Role in Employee Development (2023)* // *Toyota Management System*. URL: <https://www.ineak.com/toyota-university-and-its-role-in-employee-development/#:~:text=Established%20in%202002%2C%20Toyota%20University,technical%20training%20to%20leadership%20development/> (дата обращения: 01.04.2024).
5. *William Wiggernhorn. Motorola U: When Training Becomes an Education (1990)* // *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/1990/07/motorola-u-when-training-becomes-an-education/> (дата обращения: 01.04.2024).

УДК 37:61

А.В. ОРЛОВСКИЙ

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ СРЕДНЕГО МЕДИЦИНСКОГО ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ МЕДИЦИНЫ

Рассматриваются новые подходы к повышению квалификации среднего медицинского персонала, обеспечивающие освоение технологий дистанционной медицины. Автор раскрывает понятия «телемедицина», «телемедицинское образование», предлагает программы повышения квалификации по освоению технологий телемедицины.

Ключевые слова: сестринское дело, телездравоохранение, роль медсестер, телемедицинское образование, программы медсестер, технологии здравоохранения, факультет медсестер, технологии телемедицины, телемедицинский уход, COVID-19

New approaches to advancing the nursing staff qualification are being considered, ensuring the development of distance medicine technologies. The author reveals the concepts of "telemedicine". "telemedicine education", offers advanced training programs for mastering telemedicine technologies.

Keywords: nursing, telemedicine, role of nurses, telemedicine education, nursing programs, medicine technologies, nursing faculty, telemedicine technologies, telemedicine care, COVID-19

Сестринское образование в России позволяет медицинскому персоналу улучшить свое образование и быть востребованным специалистом с широким спектром компетенций. По мере развития медицины требования к персоналу ужесточаются. Сестринское образование и повышение квалификации медицинских работников дают возможность работать как в сфере практической медицины, так и на административных должностях или в научной сфере [4].

Необходимость повышения квалификации обусловлена переходом медицины на новые технологии.

Телездравоохранение становится жизненно важным процессом для обеспечения доступа к экономически эффективной качественной помощи пациентам на расстоянии.

Таким образом, для практикующих медсестер, часто являющихся основными поставщиками услуг для сельского и нуждающегося населения, важно развивать знания, навыки и подходы, необходимые для использования технологий телездравоохранения на практике.

С появлением пандемии COVID-19 здравоохранение немедленно перешло от обычной помощи к виртуальной [5]. Медицинские клиники и учреждения закрылись, компании перешли на удаленную работу, а медицинским работникам пришлось быстро и кардинально изменить свою повседневную работу. Цифровое здравоохранение взорвалось. Медсестры, которые ранее не были готовы оказывать помощь с помощью технологий, оказались в этом пространстве.

Медсестрам было предложено начать оказывать телемедицинскую по-

мощь без обучения. Отдельные отчеты и интервью показывают, что такое быстрое развертывание привело к отсутствию комфорта в использовании технологий как для медсестры, так и для пациента. Уникальные культурные нюансы и этикет телемедицины, необходимые для виртуального посещения, не были учтены, в результате чего некоторые пациенты были недовольны этой технологией.

Многие медсестры были не готовы решать деликатные вопросы с помощью телемедицины, такие как дискомфорт пациента или беспокойство по поводу конфиденциальности [3]. Таким образом, с ростом осведомленности об этих проблемах сейчас самое время сделать шаг назад и переосмыслить передовой опыт телездравоохранения, связанный с ролью сестринского дела и сестринского обслуживания.

Медсестры взяли на себя множество ролей в сфере телездравоохранения. Некоторые роли были долгосрочными, а другие возникли из-за пандемии COVID-19.

Эти роли, определенные автором на основе своего опыта работы в различных медицинских учреждениях, включают:

- 1) разработку и реализацию программы;
- 2) прямой контакт с пациентом и семьей;
- 3) сотрудничество медсестры с медицинским работником.

Медсестры могут выполнять несколько из этих ролей одновременно. Например, медсестра может просмотреть данные, полученные посредством удаленного мониторинга пациента, затем сотрудничать с лечащим врачом пациента и, наконец, провести

с пациентом сеанс видеоконференции для координации ухода [2].

В научной литературе имеется несколько вариантов программы обучения среднего медицинского персонала в сфере телемедицины [4]. Программы включают адекватные выполняемым профессиональным функциям учебные материалы. Интерес вызывают профессиональные функции педагога/тренера по здоровью, который обучает пациентов синхронно и асинхронно, управляет лекарствами, просматривает результаты тестов, обучает пациента изменениям в поведении. Телеведущий готовит пациента к телемедицинскому визиту (подключение, охрана, подготовка помещения, ожидания), использует телефон, видеоконференции или другие веб-технологии, регистрирует/управляет пациентами, проверяет заказы поставщиков и согласие пациентов. Медсестра по удаленному мониторингу пациентов отслеживает состояние пациента на расстоянии; оценивает биометрические данные, передаваемые через носимые устройства и домашние устройства мониторинга (например, уровень глюкозы в крови); проводит виртуальные посещения пациента/неформального лица, осуществляющего уход; управляет алгоритмами прогнозирования ухода.

Университет РУДН сегодня предлагает несколько программ сестринского дела. В ходе обучения студенты получают теоретические и практические знания, которые позволяют легко адаптироваться в профессиональной среде, в том числе за пределами России.

Такая дисциплина, как «Международные отношения в сестринском деле», знакомит студентов с особенностями работы медицинских сестер в разных странах мира, ролью Все-

мирной организации здравоохранения (ВОЗ) и профсоюзов. В рамках дисциплины «Организация специальной помощи» изучаются не только медицинские, но и социальные, этические и психологические аспекты работы медицинской сестры.

В университете разработана система повышения квалификации, основанная на компьютерных и телекоммуникационных технологиях, клинические лаборатории оснащены по последнему слову техники.

Большой упор делается на практику – таким занятиям отводится 72 часа. Студенты работают в лучших многопрофильных клиниках Москвы и в результате получают обширные практические знания в профилактической, диагностической, лечебной и реабилитационной деятельности.

Программа «Сестринское дело» Первого МГМУ имени И.М. Сеченова также ориентирована на практику. Студенты осваивают сестринские технологии и менеджмент. В образовательном процессе активно используется система имитации ухода на базе московских больниц. Курс дает возможность одновременно освоить одну или несколько специальностей, а также продолжить дальнейшее профессиональное обучение в будущем [4].

По прогнозам Американской ассоциации телемедицины, к 2030 году более половины всех медицинских услуг будет предоставляться виртуально [1].

Недавнее исследование показало, что 25% потребителей сменили бы по-

ставщика услуг, чтобы получить доступ к телемедицине [3].

Сегодняшняя медицина осваивает технологии телемедицины. Главная проблема – подготовка кадров, особенно среднего медицинского персонала, в сфере телездравоохранения. Главными компетенциями при освоении технологий телемедицины являются этикет телемедицины, освоение технологий здравоохранения в цифровой среде. Необходима дидактическая программа освоения новых технологий в системе среднего медицинского образования, включающая, кроме клинического опыта, симуляционные проекты, дидактические задачи и ситуации. Без надлежащего обучения многие нюансы, которые влияют на удовлетворенность пациента/поставщика услуг, эффективность, результативность, стоимость и безопасность оказания телемедицины, часто не учитываются.

Формализованное телемедицинское обучение медсестер, предназначенное для внедрения в учебные программы и практику медсестер, очень ограничено. В настоящее время телемедицинский уход рассматривается как метод оказания клинической помощи и не признается медсестринской специальностью или узкой специализацией.

Медсестры, оказывающие помощь с использованием технологий телемедицины, должны владеть не только общими знаниями, теорией и практикой сестринского дела, но и иметь клинический опыт в дополнение к базовым технологическим навыкам.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Американская ассоциация телемедицины (ATA). (2020). Коньюмеризация здравоохранения. Краткое описание действий ATA. URL: https://info.americantelemed.org/ata-action-briefs_healthcare-consumerization (дата обращения: 10.12.2023).

2. Интеграция телемедицинского образования в учебную программу поставщиков медицинских услуг: обзор / К.Э. Чик-Харрис, К. Дарем, А. Логан и др. // Телемедицинский журнал и электронное здравоохранение. 2020. DOI: 10.1089/tmj.2019.0261.

3. Олсен Р. (7 июня 2020 г.). Как создать телемедицину, ориентированную на пациента // Новости МедСити. URL: <https://medcitynews.com/2020/06/how-to-create-a-patient-focused-telehealth-experience/> (дата обращения: 10.12.2023).

4. Сестринское образование в России. URL: <https://studyinrussia.ru/en/actual/articles/study-nursing/> (дата обращения: 10.12.2023).

5. Холландер Дж.Э., Карр Б.Г. Практически идеально? Телемедицина для лечения COVID-19 // Медицинский журнал Новой Англии. 2020. № 382. С. 1679–1681. DOI: 10.1056/NEJMp2003539.

УДК 377.4

М.В. КУРНОСОВА

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНЫХ МОДЕЛЕЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Проведен детальный сравнительный анализ разнообразия международных моделей реализации программ магистратуры. Исследование затрагивает основные аспекты организации и методики обучения, а также структурные характеристики программ, применяемых ведущими мировыми университетами. Интерпретация полученных данных позволяет выявить наиболее эффективные методики и текущие тенденции в сфере высшего образования. Полученные результаты этого анализа представляют значимую ценность для оптимизации системы образования и интеграции успешного международного опыта в профессиональное образование.

Ключевые слова: программы магистратуры, технология профессионального образования, модель реализации образовательной программы, проектная деятельность в образовании

The article provides a detailed comparative analysis of the diversity of international models of master's programs. The study touches upon the main aspects of organization and teaching methods, as well as the structural characteristics of the programs used by the world's leading universities. Interpretation of the data obtained allows us to identify the most effective methods and current trends in the field of higher education. The results of this analysis are of significant value for the optimization of the education system and the integrating successful international experience into professional education.

Keywords: master's programs, technology of vocational education, model of educational program implementation, project activities in education

В современном динамично развивающемся мире образование играет центральную роль в подготовке специалистов нового поколения, способных адаптироваться к быстро изменяющимся условиям [4]. В частности, образовательные организации все больше прибегают к проектной деятельности как одной из наиболее результативных для академической подготовки и формирования профессиональных качеств учащихся. Эта тенденция свидетельствует о стремлении образовательных организаций формировать у

своих студентов конкурентоспособные компетенции, что способствует эффективной адаптации в профессиональном сообществе.

Учитывая глобализированный характер образовательного процесса и непрерывное совершенствование образовательных подходов, важно изучать международные модели проектной деятельности в организациях высшего образования [1]. Эти модели могут обогатить практику проектного обучения новыми идеями и инструментами, дать понимание общих и специфичных для разных стран и культур аспектов этого подхода.

Изучение и сравнительный анализ международных моделей позволят выделить наиболее прогрессивные и успешные практики, определить их приемлемость и возможность внедрения в российские образовательные организации. Более того, это позволит обнаружить ключевые трудности и вызовы, с которыми встречаются университеты в процессе внедрения и ходе адаптации и реализации этих моделей.

Анализ международных подходов к проектной деятельности в организациях высшего образования представляет собой актуальное и значимое направление научного поиска, способствующее повышению качества и конкурентоспособности образования [3].

В исследовании проведен анализ различных международных моделей проектной деятельности в образовательных организациях высшего образования, представленный в таблице.

Международные модели проектной деятельности

Модель	Особенности
Проектно-ориентированное обучение в Германии	<ul style="list-style-type: none"> • Акцент на решении реальных проблем. • Партнерство с индустрией и общественными организациями. • Практическая значимость обучения
Проектные технологии в образовании в США	<ul style="list-style-type: none"> • Долгосрочные проекты, требующие исследований. • Развитие командной работы. • Применение теоретических знаний на практике
Скандинавская модель активного обучения	<ul style="list-style-type: none"> • Активное обучение и проектная деятельность. • Осуществление практической работы над конкретными проектами в сотрудничестве с предприятиями
Австралийская модель обучения через проекты	<ul style="list-style-type: none"> • Проектно-ориентированное обучение с фокусом на приобретении практических умений. • Вовлечение студентов в процесс решения актуальных задач

Выявлены следующие модели проектной деятельности:

1. *Проектно-ориентированное обучение (PBL – Project-Based Learning) в Германии.*

Существенные особенности этой модели состоят в следующем:

- Акцент на реальных проблемах, с которыми студенты могут столкнуться в профессиональной сфере [6]. Проекты часто разрабатываются совместно с предприятиями и организациями, что позволяет студентам применять свои знания на практике.
- Партнерство с индустрией и общественными организациями. Это

предоставляет студентам доступ к реальным профессиональным сценариям и создает возможность для обмена опытом с профессионалами в их области.

- Практическая значимость обучения. Студенты не только изучают теоретические аспекты своей области, но и активно применяют полученные знания для решения реальных проблем.
- Индивидуализированный подход. Студенты могут выбирать проекты, соответствующие их интересам, что способствует более глубокому погружению в материал и развитию личных навыков.

Процесс реализации включает следующие этапы:

1) выбор проектов: проекты могут быть предложены университетами, индустрией или общественными организациями, студенты могут также предлагать свои собственные идеи проектов;

2) групповая работа: студенты обмениваются идеями, решают проблемы вместе и разрабатывают конкретные продукты или решения;

3) преподавательская роль: преподаватели выступают в роли наставников и фасилитаторов, оказывая поддержку студентам в ходе проекта, стимулируя их развитие и обеспечивая необходимую теоретическую базу;

4) оценка результатов, которая может включать как результаты проекта, так и процесс работы, так как преподаватели оценивают не только конечный продукт, но и вклад каждого студента в процесс групповой работы.

Преимущества этой модели определяются рядом положений:

- Практическое применение знаний: проектно-ориентированное обучение дает студентам преимущество использовать свои теоретические знания на практике. Это способствует лучшему пониманию их реального применения в профессиональной деятельности.
- Развитие коммуникативных и командных навыков: групповая работа по проектам способствует развитию коммуникативных и командных навыков, важных для успешной карьеры.
- Адаптивность и инновации: PBL способствует развитию навыков адаптации и инноваций, так как студенты решают реальные задачи

и творчески подходят к поиску решений.

Проектно-ориентированное обучение в Германии является эффективной моделью, которая облегчает процесс вхождения студентов в профессиональную сферу, развивая при этом не только технические, но и социальные и «мягкие» навыки.

2. Модель проектных технологий в Соединенных Штатах Америки.

Проектные технологии (Project-Based Learning, PBL) в образовании США – это подход, при котором учебные задания организованы вокруг долгосрочных проектов, требующих от студентов исследований, решения проблем и представления результатов [7]. Этот метод активно используется в высшем образовании США для подготовки студентов к сложным профессиональным задачам.

Существенные особенности этой модели состоят в следующем:

- Долгосрочность проектов: основной характеристикой проектных технологий в образовании США являются долгосрочные проекты, которые могут занимать от нескольких недель до полугода. Эти проекты часто строятся вокруг реальных проблем или задач, что придает им практическую значимость.
- Развитие исследовательских навыков: студенты в рамках проектных технологий активно занимаются исследованиями. Они изучают материалы, проводят анализ данных, ищут решения, что способствует развитию исследовательских навыков и критического мышления.
- Эффективность командной работы: одним из критериев оценки

продуктивности модели проектных технологий является сформированное у студентов умение работать в команде.

- Применение теоретических основ в практической деятельности: в данной модели под работой команды понимается умение сотрудничать с другими членами группы, исполнять в группе различные задачи и принимать решения. Не менее важным является сформированное у студентов умение применять теоретические знания в процессе решения производственных задач. Студенты решают реальные задачи, сталкиваясь с ситуациями, которые они встретят в будущей профессиональной деятельности.
- Апробация посредством публичных выступлений: часто результаты проектов представляются перед реальной аудиторией, включая промышленных экспертов, преподавателей или представителей бизнеса. Это способствует развитию навыков публичных выступлений и представления своих идей.
- Использование современных технологий: проектные технологии могут включать в себя работу с онлайн-ресурсами, использование виртуальных инструментов и другие современные методы обучения.
- Практическая направленность моделей проектных технологий проявляется в идее ядра навыков, связанных с умением вести дискуссию и отстаивать свою точку зрения, умением организовать свой труд в соответствии с выполняемыми задачами, знанием технологических

особенностей трудовой деятельности.

Формирование этих умений осуществляется в несколько этапов:

1) определение сущности проекта, раскрытие его главной цели и задач (на этом этапе важны адекватная цель, которая реализуется в задачах, а также определение критериев оценки результатов и последовательности выполняемых производственных действий и операций);

2) командная работа: командная динамика стимулирует обмен идеями, распределение ролей и совместное принятие решений;

3) исследование и планирование: студенты проводят исследование по теме проекта, а затем разрабатывают план действий, в том числе определяют ресурсы, необходимые для выполнения проекта, и создают стратегию выполнения задач;

4) реализация проекта: студенты запускают проект, следуя утвержденной стратегии (может включать в себя создание продуктов, проведение исследований, разработку решений или продвижение к цели через разнообразные действия);

5) презентация результатов: в конце проекта студенты представляют свои результаты (может включать в себя создание презентации, демонстрацию продуктов или проведение обсуждения с коллегами и преподавателями);

6) оценка и обратная связь – анализ достигнутых результатов не только преподавателем, но и самими студентами и даже, возможно, внешними экспертами, что играет важную роль в процессе улучшения навыков и качества будущих проектов.

Преимуществами этой модели являются:

- Развитие критического мышления у студентов: проектные технологии учат анализу информации, принятию обоснованных решений и рефлексии.
- Практическое применение знаний: студенты применяют теоретические знания на практике, работая над реальными проектами, что улучшает понимание материала и его запоминание.
- Развитие командных навыков, включая сотрудничество, коммуникацию и распределение ответственности.
- Стимуляция творчества и инноваций: в ходе реализации проектов студенты часто сталкиваются с нестандартными задачами, что способствует развитию креативности.
- Подготовка к реальной профессиональной сфере: проектные технологии обучают студентов работе в условиях, приближенных к профессиональной среде, что повышает их готовность к будущей карьере.
- Мотивация и вовлеченность: реальная работа над проектами увеличивает приверженность студентов процессу обучения.

Проектные технологии в образовании в США считаются эффективным методом, который помогает не только углублению знаний, но и развитию целого ряда навыков, необходимых для успешной профессиональной карьеры.

3. Скандинавская модель активного обучения.

Эта модель реализуется в Дании, Исландии, Норвегии, Финляндии и Швеции. Скандинавская модель характеризуется уникальным равновесием между социализацией и индиви-

дуализацией в контексте профессионального обучения. Она подразумевает сбалансированное сочетание коллективной солидарности и личной независимости, комплексных мер социальной защиты и уважения прав человека, а также поощрение социального продвижения и устойчивого экономического роста [2].

Особенности:

- Активное обучение: внимание акцентировано на студентоориентированном обучении, используются активные методы, требующие участия студентов в учебном процессе.
- Работа над проектами: студенты работают над реальными проектами, часто в сотрудничестве с предприятиями и общественными организациями.
- Групповая работа: студенты часто решают задачи и реализуют проекты в команде, что способствует развитию коммуникативных навыков и умению работать в группе.
- Интерактивные методы преподавания, такие как обсуждения, кейс-стади, семинары и практические занятия. Это стимулирует активное участие студентов и обеспечивает более глубокое понимание материала.
- Бета-педагогика – подход, который подразумевает создание среды, где обучение происходит на основе индивидуальных потребностей и интересов студентов.
- Приоритет практических навыков: обучение часто фокусируется на развитии практических навыков и их применении в реальных сценариях, что способствует подготовке студентов к будущей профессиональной деятельности.

Процесс реализации:

1) разработка проектов: учебные заведения разрабатывают и внедряют проекты, которые соответствуют актуальным проблемам и требованиям профессиональной среды;

2) организация групповых занятий: преподаватели активно используют групповые занятия, где студенты работают в командах, обсуждают материал, решают задачи и представляют свои проекты;

3) использование преподавателями интерактивных методов, таких как кейс-стади, обсуждения и практические занятия, чтобы обеспечить взаимодействие и вовлеченность студентов;

4) поддержка самостоятельного обучения: активное вовлечение студентов в процесс обучения и самостоятельное исследование тем;

5) ориентация на практические навыки: курсы разрабатываются с учетом практической значимости и применения полученных знаний, они могут включать в себя стажировки, проекты, симуляции и другие формы практического опыта.

Преимущества:

- Развитие критического мышления: активные методы, такие как обсуждения и групповые проекты, способствуют развитию критического мышления у студентов, учат анализу информации, выработке собственных мнений и критической оценке решений.
- Практическая значимость: студенты имеют возможность применять свои знания на практике через участие в реальных проектах и задачах, что повышает их подготовленность к деятельности в профессиональной сфере.

- Работа в команде: студенты учатся эффективно взаимодействовать, разделению обязанностей и решению задач в коллективе, что важно для будущей профессиональной деятельности.
- Интерактивные методы преподавания создают более динамичную и привлекательную образовательную среду, что способствует активному вовлечению студентов в учебный процесс.
- Стимулирование самостоятельного обучения: поощрение студентов к самостоятельному исследованию тем, формулированию вопросов и нахождению ответов. Этот подход развивает навыки самоорганизации и самостоятельности.
- Подготовка к реальным сценариям профессиональной деятельности: максимальное приближение учебного процесса к реальным условиям работы позволяет студентам лучше подготовиться к требованиям профессиональной сферы.
- Улучшение мотивации студентов: возможность активного участия в учебном процессе, обсуждения и творческие проекты делают обучение более интересным и значимым для студентов.
- Универсальность модели: применима к различным предметным областям и типам образовательных учреждений, обеспечивает универсальность и приспособляемость к различным контекстам.

Скандинавская модель активного обучения предоставляет ряд преимуществ, включая акцент на практических навыках, развитие критического мышления, подготовку к работе в кол-

лективе и стимуляцию самостоятельного обучения.

4. Австралийская модель обучения через проекты.

Австралийский опыт обучения через проекты уникален своим фокусом на практических навыках, взаимодействии с индустрией и поддержке мультидисциплинарных команд [5]. Это способствует подготовке студентов к динамичной и требовательной рабочей среде.

Особенности:

- Ориентация на практические навыки: внимание акцентируется на практических навыках и их применении в реальных сценариях, проекты часто разрабатываются с учетом потребностей индустрии.
- Интеграция с индустрией: университеты активно сотрудничают с предприятиями и отраслевыми организациями в процессе разработки проектов. Это дает шанс студентам применять свои знания в реальных бизнес-сценариях и участвовать в индустриальных проектах.
- Проект с длительным временем выполнения: многие проекты в австралийском образовании охватывают длительные периоды времени, позволяя студентам углубиться в изучаемые вопросы и решать сложные задачи. Это развивает у них терпение и умение решать проблемы в течение продолжительного времени.
- Работа в мультидисциплинарных командах: студенты зачастую образуют такие группы для выполнения проектных заданий. Это максимально приближено к реальной рабочей обстановке в современных учреждениях, где специалисты с

разнообразными компетенциями работают сообща.

- Фокус на самостоятельном обучении: студентам предоставляется возможность исследовать тему проекта самостоятельно, что способствует развитию их исследовательских и самоорганизационных навыков.
- Развитие навыков коммуникации: проектная деятельность включает в себя множество моментов коммуникации как внутри группы, так и с внешними стейкхолдерами. Студенты развивают навыки эффективной коммуникации и презентации результатов своих проектов.

Процесс реализации:

1) выбор проектов: учебные заведения совместно с предприятиями выбирают проекты, которые соответствуют актуальным темам и требованиям рынка труда;

2) создание мультидисциплинарных команд: студенты формируют мультидисциплинарные группы, где каждый член команды вносит свой вклад в решение задачи согласно своей специализации;

3) менторство и сотрудничество: проекты часто включают в себя менторство со стороны профессионалов из индустрии, что обогащает обучение реальным опытом и создает мост между университетом и бизнесом;

4) практические результаты: студенты работают над проектами, производя конкретные практические результаты, которые могут быть реализованы или внедрены в реальной среде;

5) оценка по результатам: оценка студентов может осуществляться на основе не только теоретических знаний, но и по результатам практических

проектов, что отражает их реальные способности и навыки.

Преимущества:

- **Применимость знаний:** студенты получают опыт применения своих знаний на практике, что повышает их подготовленность к реальным рабочим условиям.
- **Развитие практических навыков:** модель способствует развитию широкого спектра практических навыков, включая решение задач, межличностное взаимодействие и технические компетенции.
- **Подготовка к работе в команде:** работа в мультидисциплинарных командах развивает у студентов навыки коллективной работы и взаимодействия.
- **Актуальность знаний:** проекты обеспечивают актуальность знаний, так как они ориентированы на текущие потребности индустрии.
- **Стимулирование творчества:** студенты получают возможность реализовывать свои идеи и творчески подходить к решению задач.
- **Поддержка карьерного развития:** участие в проектах сотрудничества с индустрией обеспечивает студентам ценный опыт и контакты, что может быть полезно для их будущей карьеры.
- **Анализ всех представленных моделей** позволил нам сделать некоторые выводы.

Общими для всех подходов являются следующие аспекты:

1. Наличие концептуального пространства, основанного на принципах непрерывного обучения и профессионального развития.

2. Отражение актуальных требований рынка труда в ключевых компетенциях выпускников.

3. Интеграция с партнерами и профессиональными сообществами как важный механизм практического обучения и профессиональной адаптации.

Однако каждая модель по-своему уникальна, что проявляется в таких чертах, как:

1. Активное привлечение студентов к исследовательской работе, что позволяет им приобрести практические навыки и применить полученные знания на практике (Германия).

2. Обучение через активное участие учащихся в проектной деятельности, которая заключается в разработке и реализации конкретных проектов под руководством педагогов (США).

3. Индивидуализация обучения и статус значимости каждого ученика (Скандинавская модель).

4. Исследовательская деятельность в процессе обучения в вузе (Австралия).

Этот опыт достаточно интересен для применения его в российской системе образования. Однако важно помнить, что любое применение зарубежного опыта должно учитывать специфику российской образовательной системы и социокультурный контекст.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Казун А.П., Пастухова Л.С. Практики применения проектного метода обучения: опыт разных стран // *Образование и наука*. 2018. Т. 20, № 2. С. 32–59.

2. *Качественное образование: скандинавская модель: революция образования для совершенства*. URL: <https://fastercapital.com/ru/content> (дата обращения: 10.03.2024).

3. Сорокин П.С., Вятская Ю.А. Международная экспертная повестка в образовании: ключевые характеристики и проблемные зоны // *Образование и наука*. 2022. № 1. С. 11–52.

4. Специалисты нового поколения. URL: <https://www.kp.ru/daily/27476.5/4683371/> (дата обращения: 10.03.2024).

5. Garrick B. *The crisis discourse of a wicked policy problem: Vocational skills training in Australia* // *Australian Educational Researcher*. 2011. No 38. P. 401–416.

6. Morawski C.M. *Poems Found Among the Resolution Scrapbooks: A Teacher Narrative Inquiry* // *Australian Journal of Teacher Education*. 2018. Vol. 43, No 8. Retrieved from <http://ro.ecu.edu.au/ajte/vol43/iss8/5> (дата обращения: 10.03.2024).

7. Ryu M., Mentzer N., Knobloch N. *Preservice teachers' experiences of STEM integration: challenges and implications for integrated STEM teacher preparation* // *Int. J. Technol. Des. Educ.* 2019. Vol. 29, No 3. P. 493–512.

УДК 376.3

Е.А. КАБЛУКОВ, Д.С. ГЛИНКИНА

ПРИМЕНЕНИЕ STEAM-ТЕХНОЛОГИЙ В РАБОТЕ ПО РАЗВИТИЮ РЕЧИ ДОШКОЛЬНИКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Анализируются вопросы применения STEAM-технологий в работе по развитию речи дошкольников с ОВЗ. Рассмотрен прогресс, достигнутый в области применения STEAM-технологий, и сформулированы основные рекомендации по совершенствованию процесса работы по развитию речи дошкольников с ОВЗ. Теоретической и методологической основой послужили научные труды российских и зарубежных ученых. Проведенный анализ практики применения STEAM-технологий показал, что такие технологии активно используются в России, при этом вероятность успеха в работе по развитию речи дошкольников с ОВЗ гораздо выше, чем в традиционном формате. Эти технологии дают образовательным организациям возможность предоставлять родителям и детям-дошкольникам различные услуги и онлайн-сервисы, оптимизировать процесс развития речи, обеспечивая при этом доступ к особенно интересной для детей с ОВЗ информации. Все это способствует повышению эффективности деятельности любой образовательной организации, которая работает с детьми-дошкольниками с ОВЗ.

Ключевые слова: STEAM-технологии, развитие речи, дошкольники, ограниченные возможности здоровья (ОВЗ), логопедия, STEAM-образование, творческое мышление, математическое развитие, взаимодействие, игровое обучение

The issues of using STEAM technologies in the work on speech development of preschoolers with disabilities are analyzed. The progress achieved in the field of application of STEAM technologies is reviewed, and basic recommendations are formulated for improving the process of work on developing the speech of preschoolers with disabilities. The scientific works of Russian and foreign scientists constituted the theoretical and methodological basis. The analysis of the practice of STEAM technologies application showed that such technologies are actively used in Russia. The likelihood of success in working to develop the speech of preschoolers with disabilities is much higher than in the traditional format. These technologies give educational organizations the opportunity to provide parents and preschool children with various services and online ones, optimize the process of speech development, while providing access to information that is especially interesting for children with disabilities. All this helps to increase the efficiency of any educational organization that works with preschool children with disabilities.

Keywords: STEAM technologies, speech development, preschoolers, disabilities, speech therapy, STEAM education, creative thinking, mathematical development, interaction, gaming

В современном быстро меняющемся мире новые технологии широко проникают во все области жизни человека. Внедрение инноваций в процесс развития и образования детей является

важным аспектом модернизации российского образования [8]. Образовательный процесс детей дошкольного возраста строит основу для дальнейшего развития человека, поэтому важнейшим критерием при построении системы образования в детском саду

является формирование комфортной и интересной среды, где учитываются индивидуальные особенности каждого ребенка. Особое внимание уделяется созданию необходимых условий обучения для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) [11].

Дети с ОВЗ – это дети, имеющие различные психологические или физиологические отклонения и, как следствие, нарушения общего развития. Из-за невозможности вести полноценную жизнь у них зачастую встречаются нарушения психической деятельности, такие как нарушения внимания, памяти, мышления, речи, моторики, эмоциональной сферы. Именно поэтому отдельное внимание стоит уделить формированию образовательного процесса с детьми с ограниченными возможностями здоровья. Среди них весьма важными считаются средства развития речи детей дошкольного возраста с ОВЗ.

Педагогам, работающим с особенными детьми, необходимо не только выстраивать образовательную программу в игровой и развлекательной форме, но и прививать любовь к образованию [1]. Учитывая особенности развития детей с ОВЗ, применение современных технологий в этой области помогает логопедам эффективно работать над устранением речевых недочетов у таких детей. Исправление дефектов в речи у детей с ограниченными возможностями здоровья – это комплексный и продолжительный процесс, требующий значительных усилий и времени как со стороны педагога, так и со стороны обучающегося, поэтому главная цель педагога-логопеда в данной коррекционной работе – создать комфортную среду обучения и заинтересовать ребенка. Основные проблемы речи, с

которыми сталкиваются педагоги дошкольников с ОВЗ, – это трудности в правильном произношении звуков и в овладении лексико-грамматическим строем речи. Помимо этого, дети обычно обладают небольшим словарным запасом, поэтому сталкиваются с трудностями при выражении своих мыслей и построении предложений.

Изучая речь детей с ОВЗ, мы видим, что, помимо фонетических и лексико-грамматических нарушений, у них снижается и активность в общении. Это серьезная проблема, вызванная не только особенностями их психического развития, но и тем, что современные дети проводят меньше времени за физическим общением из-за увлечения разнообразной техникой, окружающей их.

Решение этой проблемы зависит от разработки и применения современных методов и технологий, которые способствуют привлечению внимания детей и делают их обучение более осознанным и эффективным [11]. Один из таких современных образовательных подходов – это использование STEAM-технологий, позволяющих детям активно взаимодействовать с информацией в интерактивной игровой форме. Это стимулирует развитие их творческого потенциала, сенсорных функций, обогащает опыт, а также помогает освоить инновационные технологии и развить коммуникационные навыки. Это уникальный метод, в котором сочетаются сразу несколько дисциплин: наука, технологии, инжиниринг и математика.

Впервые внедрение STEAM-технологий в образовательный процесс было предложено в 2021 году Национальным ученым фондом США в целях обновления высшего образования

по некоторым специальностям. Идея была поддержана правительством, а впоследствии стала стремительно распространяться по всему миру. В Россию данный метод пришел в 2014 году в рамках модернизации образования в вузах. Данный метод был использован в целях повышения уровня образования до мирового, а затем STEAM-технологии внедрили в школьное образование, чтобы дети имели представление о данных технологиях и в более взрослом возрасте им было легче воспринимать информацию с помощью этого интерактивного метода. Далее STEAM-технологии пришли и в дошкольное образование. Как показывает практика, STEAM-технологии помогают заинтересовать детей дошкольного и школьного возраста и сделать однообразный процесс изучения новой информации замечательной альтернативой – игрой, при этом развивая различные сферы жизнедеятельности ребенка [2, 3].

Из-за особенностей психического и физического развития детей с ОВЗ они легче воспринимают информацию в наглядном виде [12]. Благодаря STEAM-технологиям такие дети имеют возможность обучаться наиболее комфортным и понятным для них способом и выполнять поставленные задачи при помощи визуального восприятия в игровой форме.

Внедрение STEAM-технологий в коррекционную работу с детьми с ОВЗ позволяет решить такие речевые задачи, как звукопроизношение, фонетический анализ и синтез, просодические компоненты речи, лексический и грамматический аспект речи, взаимосвязь мышления и речи и связно построенная речь. Звукопроизношение предполагает процесс образования звуков,

проблема с которым, а именно замена необходимого звука на более легкий для произношения, часто встречается у детей с ОВЗ. Фонетическим анализом принято считать способность на слух расчленять слово на составные звуки, а синтезом – умение соединять отдельные звуки вместе. Просодические компоненты речи состоят из темпа, тембра, ритма речи и умения выделять ударения в словах, делать нужные паузы на дыхание и регулировать высоту голоса. Лексический и грамматический аспект речи подразумевает правильное произношение слов и использование их в словосочетаниях, а также корректное сочетание их в предложениях. Мышление и речь имеют тесную взаимосвязь между собой, где важное значение имеет правильное их взаимодействие и образуют связанную логикой и последовательностью речь [6].

Проблемы во всех вышеперечисленных областях речи часто встречаются у детей дошкольного возраста, а в особенности у дошкольников с ОВЗ. Данные речевые дефекты негативно влияют на всю жизнь дошкольников, так как это вызывает проблемы с коммуникацией из-за невнятности и сложности для понимания их речи, а следствием становятся и проблемы с поиском друзей, взаимодействием с педагогами, обучением в целом и с другими сферами их жизни. Система образования с применением STEAM-технологий помогает разрешить многие из проблем, вытекающих из появления речевых дефектов и присутствия ОВЗ, а также всесторонне развить ребенка, что мы подробнее рассмотрим далее [5].

В целом, STEAM-образование способствует включению детей в научно-техническое творчество. Развитие их речевого аппарата происходит за счет

включения в их обучение продуктивной и творческой деятельности. Для эффективной работы необходимо создать стимулирующую предметно-пространственную среду, соответствующую поставленным целям и задачам. Все это позволит детям развиваться и осваивать новые знания и навыки в более интересной и продуктивной форме [4].

На данный момент существует несколько основных методов применения STEAM-технологий в образовательной программе в работе с детьми с ОВЗ [7]:

1. Познание различных тем с использованием конструктора LEGO. Например, изучение животных в игровой форме при помощи конструирования их мини-версий. Моделирование различных игровых ситуаций позволяет педагогам-логопедам изучить лексическо-грамматические темы русского языка, провести коррекционную работу над недостатками в произношении звуков и уделить внимание развитию звукового слуха у детей.

Также при использовании данного метода происходит развитие коммуникативных навыков, проблемы с которыми зачастую присутствуют у детей с ОВЗ. Конструирование различных фигурок из LEGO, сравнение полученных результатов и совместное их совершенствование способствуют поиску и развитию взаимопонимания у сверстников и построению диалогов между обучающимися.

Для корректировки постоянно повторяющихся недостатков в произношении отдельных звуков используется метод театральной постановки при помощи сконструированных фигурок, где дети озвучивают персонажей в подготовленной сценке. Благодаря

данному методу детям с ОВЗ легко повторять монотонные диалоги и фразы персонажей, так как это не вызывает у них чувство скуки. Во время проведения такой игры логопед может проработать неправильное звукопроизношение у детей с ОВЗ, дав им соответствующие реплики с проблемными звуками. В проведении данной работы также происходит развитие коммуникативных навыков, так как дети с удовольствием общаются друг с другом, произнося реплики персонажей. Данную практику также применяют не только в форме озвучивания театра, но и в форме создания мультипликационного контента, где дети с воодушевлением включаются в процесс рисования собственного мультфильма.

2. Использование программированного мини-робота Bee-Bot – «Умная пчела». Робот выглядит как желтая пчелка, что привлекает внимание ребенка и делает процесс обучения интересным изучением умной «игрушки». С помощью робота дети учатся программированию в легкой игровой форме. В процессе обучения задействована графическая, текстовая, аудио- и визуальная информация, что позволяет детям с ОВЗ облегчить процесс восприятия, побудить к заинтересованному изучению информации, закрепить полученные ранее знания, а также способствует психическому и интеллектуальному развитию.

Процесс обучения вместе с «Умной пчелой» становится увлекательным для детей с ОВЗ, смещая их внимание со своих дефектов речи, тем самым раскрепощая их и концентрируя на работе над поставленными задачами.

Также процесс взаимодействия с роботом Bee-Bot построен таким образом, что дети с ОВЗ помогают пчелке,

при этом развивая свои слуховое внимание, артикуляционный аппарат, звукопроизношение, фонетический слух, звукобуквенный анализ, словарный запас, связанную речь и пространственное представление.

3. Обучение с использованием метода венгерского психолога и математика З. Дьенеша. Он разработал особый метод «Логические блоки», который представляет собой работу с 48 геометрическими фигурами. Каждая из фигур разделяется по четырем формам, четырем цветам, двум размерам и двум видам толщины, при этом в наборе нет фигур, у которых все качества одинаковы. Благодаря этому у детей в процессе обучения данным методом происходит ознакомление с различными ранее перечисленными свойствами предметов, что способствует формированию фундамента для дальнейшего развития в сферах математики и программирования.

Разнообразные игры с блоками по методу Дьенеша в интересной игровой форме развивают в детях понимание основных свойств предметов, умение различать их и объединять по одному и нескольким из свойств, а также обосновывать свой выбор, пространственное представление, логическое мышление, представление и взаимодействие с множествами, ознакомление с алгоритмическими процессами, познавательные процессы, самостоятельность, творческие способности и воображение, речь, основы математики и программирования.

Логические блоки Дьенеша помогают детям с ОВЗ научиться решать логические задачи, закладывая фундамент для освоения более сложных.

В коррекционной работе над дефектами речи метод помогает заинтересо-

вать детей в процессе обучения, укрепить их и сконцентрироваться на решении поставленных задач.

4. Применение курсов логики «Нураша», разработанных ООО «Научные развлечения». Курс представляет собой набор из 60 уникальных кубиков-конструкторов, где каждая деталь может быть соединена с другой. Всего из данного набора возможно составить более 50 различных комбинаций, при помощи которых можно построить фигуру любой формы. Также в набор входят тематические задания и карточки с головоломками различных уровней сложности. В курсе логики можно встретить задания на развитие логики, sudoku и другие развивающие интерактивные задачи.

С помощью данного курса у детей формируется логическое и ассоциативное мышление, развиваются трехмерное представление предметов и воображение, а также закладываются основы строительства, конструирования и робототехники. Также обучение с набором побуждает детей к заинтересованности в познавательной, экспериментальной и исследовательской деятельности.

Набор курсов логики создает безграничное поле для создания всевозможных вариантов построения обучающего процесса, что способствует внедрению корректировочных работ по устранению дефектов речи у детей с ОВЗ. Дети с удовольствием в игровой форме проходят задания, развивая при этом не только вышеперечисленные качества, но и коммуникативные навыки. В процессе выполнения заданий дошкольники взаимодействуют не только с кубиками из набора, но и друг с другом, сравнивают полученные фигурки и помогают друг другу вы-

полнять поставленные задачи. Педагоги-логопеды могут выстраивать обучающий процесс таким образом, чтобы дети с ОВЗ во время выполнения интересных занятий повторяли проблемные звуки, а также слова, в которых они содержатся. В результате обучающиеся в веселой поддерживающей и дружеской обстановке справляются со своими речевыми дефектами и приходят к положительному результату коррекционной работы.

5. Обучение с использованием дидактического средства «Круги Луллия». Данное оборудование создал французский монах Раймонд Луллий в XIII веке, а впоследствии его стали использовать для игровой формы обучения детей дошкольного возраста. «Круг Луллия» представляет собой два круга разного диаметра с разными картинками и стрелку-указатель. Оба круга и стрелка свободно и независимо друг от друга вращаются, позволяя создавать разнообразные комбинации из картинок, объединяя даже самые несовместимые объекты.

Составляя различные комбинации из картинок, педагог-логопед может использовать разные методы взаимодействия дошкольников с полученными вариантами. Например, педагог может специально выбрать несочетающиеся картинки или раскрутить круги и использовать полученную комбинацию, а затем попросить ребенка объяснить полученное сочетание и найти в нем общие свойства объектов, а также объяснить их взаимодействие и построить интересные предложения с рассматриваемыми объектами. Также педагог может предложить дошкольникам на основе полученной комбинации придумать рассказ или даже собственную сказку, что также плодотворно влияет

на развитие фантазии у детей. Далее педагог может усложнить задачу и придумать проблему, которая происходит с героями детской сказки, а затем предложить обучающимся сформулировать данную проблему и предложить свои идеи по ее разрешению.

Вышеперечисленные методы обучения с использованием «Кругов Луллия» способствуют формированию причинно-следственных связей, развитию логического и ассоциативного мышления, фантазии у детей дошкольного возраста. Также данный метод может быть использован как при индивидуальном, так при коллективном обучении дошкольников. В первом случае ребенок учится самостоятельно справляться с поставленными задачами, формируя связь со взрослым педагогом и улучшая их коммуникацию. В процессе обучения в коллективе у детей снимается психологическое напряжение благодаря игровому формату и формируется связь друг с другом посредством совместного решения поставленных задач и помощи друг другу, соответственно, развиваются навыки коммуникации со сверстниками, что также имеет большое значение для детей с ОВЗ.

Благодаря многовариантности использования «Кругов Луллия» педагог-логопед имеет возможность в процессе создания разных игровых моделей обучения уделить внимание речевым дефектам детей с ОВЗ. Логопед может составлять задания так, чтобы дошкольники повторяли слова с речевыми дефектами, корректируя проблемные звуки, а также закрепляя результаты ранее проделанной работы. Также данный метод позволяет педагогам-логопедам развивать речь детей с ОВЗ со стороны лексики и грамматики

в процессе составления ими различных предложений и рассказов.

6. Обучение с применением игры «Топорама». Данная игра представляет собой набор из дощечки и плоских фигурок, таких как дом, дерево, человечки, животные и т.д. Процесс построения игры имеет различные варианты. В первом варианте игры дети должны определить все присутствующие фигурки и назвать их, выбрать те, с которыми они хотят взаимодействовать в процессе обучения и расставить их на дощечке с возможностью трехпланового расположения. Такой способ взаимодействия с «Топорамой» отлично подойдет для ознакомления с составными частями игры и возможностями ее использования. Для более сложного и функционального метода обучения при помощи игры педагог предварительно расставляет фигурки на дощечке на разных уровнях расположения и далее придумывает задания для детей. Это может быть задание на распознавание объектов, на обозначение их расположения (ближе-дальше, слева-справа, выше-ниже). Также педагог может усложнить задачу и «спрятать» один объект за другим таким образом, чтобы он был еле заметен, но при этом узнаваем, чтобы ребенок мог опознать этот предмет. При данном упражнении педагог может ставить различное количество фигурок по принципу «чем больше, тем сложнее».

Данный метод способствует формированию и развитию пространственного мышления, пониманию удаленности и расположения объектов. Также метод способствует развитию детей с нарушением зрения, так как при помощи ощупывания дошкольники могут сформировать пространственное мироощущение.

Для корректировочной работы над дефектами речи педагог-логопед может придумать различные варианты дальнейшего взаимодействия с данной игрой. Например, построение предложения на основе картинки из фигурок, а также собственных рассказов и сказок и последующее озвучивание персонажей в формате театральной постановки. Использование таких интегративных процессов в обучении способствует развитию коммуникационных навыков, а также позволяет педагогам смоделировать ситуации, где детям необходимо будет произносить слова с дефектными звуками, корректировать их и закреплять результат работы.

7. Применение изучения и создания мультипликационных проектов. Данный метод, в первую очередь, позволяет развить детям фантазию и воображение во время придумывания сюжета для мультфильма, а также коммуникационные навыки, если дети будут работать в команде. Также процесс создания мультфильма предполагает развитие мелкой моторики, так как передвинуть персонажей на миллиметр для создания фотографий, из которых впоследствии будет собираться проект, – колоссальный труд для детей дошкольного возраста с ОВЗ. Этот метод развивает эмоционально-волевые качества дошкольников, усидчивость и целеустремленность.

После монтажа кадров детям необходимо озвучить полученный видеоряд. На этом этапе логопед может создать и распределить реплики героев между детьми так, чтобы каждый смог в процессе уделить время корректировке проблемного звука. Так как дети заинтересованы в создании качественного проекта, каждый ребенок с удовольствием будет стараться про-

работать свои речевые дефекты, чтобы в дальнейшем получить интересный и увлекательный мультфильм с понятной и разборчивой озвучкой. Хоть это и отнимает немало времени и сил у ребенка, но для создания качественного проекта необходимо скорректировать проблемные звуки, научиться правильно произносить их в словах и закрепить результат, а также скорректировать темп и ритм речи и научиться управлять высотой голоса.

Вышеперечисленные методы являются в той или иной мере дорогостоящими способами, которые могут позволить себе внедрить не все учебные заведения. Также существуют более доступные методы работы над коррективкой речевых дефектов с применением STEAM-технологий.

Например:

- Что будет, если подуть в трубочку на салфетку, картон, кубик, пуговицу?
- Как нужно подуть на листик, чтобы он улетел дальше, чем у соперника? [7, с. 50–64]

Одно из преимуществ технологии STEAM в развитии речи – это создание связных и последовательных рассказов дошкольниками. В первую очередь им предлагается рассмотреть отдельную игрушку и составить на основе наблюдений описательный рассказ. Уже после этого дошкольники придумывают и рассказывают истории о том, какую игрушку они бы хотели создать сами и с какой игрушкой они хотели бы поиграть.

Рассмотрим пример, как дети анализируют трубочку для коктейля:

«Трубочка мягкая, гибкая и пластичная, способна принимать различные формы. Какие возможности это открывает?»

Изучая коктейльную трубочку дальше, дети отмечают, что трубочка полая, через нее можно дуть и пропускать воду. Далее с помощью своего воображения они начинают предлагать различные игры с этой трубочкой, использующие поток воздуха или воды: «Пылесос», «Чья бабочка взлетит выше?» и т.д.

Как мы видим, использование STEAM-технологий в работе учителя-логопеда помогает решать не только речевые задачи, но и непосредственно задачи образования:

узнали, что с помощью воздуха можно двигать предметы – чем тяжелее предмет, тем сильнее нужна воздушная струя, чтобы его сдуть, и наоборот;

узнали, что воздушной струей можно управлять, перемещая предметы в разных направлениях.

Также применение STEAM-технологий способствует полноценному развитию детей с ОВЗ, включая психическое и физическое развитие, формированию коммуникативных навыков во взаимодействии со взрослыми и сверстниками, логическому, ассоциативному, интеллектуальному развитию, формированию основ математики и программирования, конструирования, пространственного мышления [10].

Как можно заметить, после усвоения информации о свойствах предмета, дети применяют ее на практике, создавая свои собственные обучающие игры, поделки, игрушки с интересом и увлечением. Они играют и параллельно развивают свои способности благодаря применению STEAM-технологий.

Таким образом, используя STEAM-технологии в работе, можно сделать игрушки или другие быденные вещи отличным инструментом для развития

речи у детей в процессе составления творческого рассказа о них.

Следующий этап – дети начинают говорить о способах игры с игрушкой, которую они придумали и описали ранее. Дети выдумывают замечательные истории о данных игрушках, чаще всего используя сложные выражения и речевые обороты, так как они представляют, как сами в них играют.

Внедрение в образование дошкольников STEAM-технологий помогает человеку, который работает с детьми, улучшить свою работу за счет современных и актуальных методов, соответствующих требованиям общества, и открыть для себя новый подход к развитию речи.

Важность введения STEAM-технологий в образовательный процесс дошкольников выражается в следующем:

1. Данные технологии помогают детям решать сложные задачи: обучение детей понятному общению, правильной постановке вопросов и прикладыванию значительных усилий к поиску ответов способствует формированию доверительных отношений между детьми и преподавателями. Детям становится интересно решать поставленные перед ними задачи, и их стремление в этом усиливает доверие к своему педагогу.

2. STEAM-технологии помогают развить критическое мышление: данные технологии предполагают создание для детей ситуаций, в которых дети должны будут учиться анализировать информацию, проверять различные суждения на правильность, а это, в свою очередь, развивает критическое мышление.

3. Стимуляция познавательных процессов дошкольников: проведение экспериментов в образовательном про-

цессе и постановка перед детьми интересных их самих задач повышают внимательность и заинтересованность учащихся, а также способствуют более быстрому усвоению материала.

4. Развитие активности и самостоятельности: успешное решение задач способствует укреплению самооценки детей, что делает их активнее и самостоятельнее не только в процессе обучения, но и в других занятиях.

5. Развитие аналитических способностей, воображения, интеллекта и речевых навыков детей: игровые STEAM-технологии помогают детям представлять различные ситуации как задачи и говорить о них, а это очень сильно стимулирует интеллект, воображение, творческое мышление.

6. Развитие коммуникативных навыков, так как многие из методов процесса обучения с применением STEAM-технологий предполагают взаимодействие со взрослым человеком (педагогом-логопедом), а также выполнение заданий совместно с группой сверстников.

7. Развитие и построение основы для дальнейшего понимания и достижения успехов в области математики, информатики, программирования.

8. Развитие пространственного мышления, воображения и фантазии в трехмерном мире. Этот пункт особенно важен для детей с ограничением зрения и позволяет им проходить обучение и корректировку речи наравне со своими сверстниками, не имеющими подобных проблем.

Таким образом, использование STEAM-технологий и методов в образовании дошкольников помогает не только развить у детей правильное звукопроизношение, связную речь, лексико-грамматическую структуру и

пополнить словарный запас в процессе познания мира и изучения новых объектов и терминов, но и обогатить другие сферы их жизни за счет всестороннего развития личности.

Классическая коррекционная работа над дефектами речи детей с ОВЗ – это монотонная работа, в которой ребенку необходимо постоянно повторять одни и те же звуки, что является скучным занятием и не заинтересовывает его. Поэтому ребенку с ОВЗ трудно справиться со своими речевыми дефектами, так как он не вкладывается полностью в проделываемую работу, что мешает получению результата. Необходимой частью программы по развитию речи дошкольников с ОВЗ является включение в нее игровых элементов, чтобы ребенок был заинтересован в процессе и неизменно достигал результатов и новых целей в борьбе с проблемами речи [9]. Внедрение STEAM-технологий дает самый мощный результат в этом сложном процессе, а также дает результаты и в смежных процессах развития ребенка, таких как психическое, физическое, коммуникационное и интеллектуальное развитие. Таким образом, данный метод образования с уклоном на кор-

ректировочные работы над речевыми дефектами всесторонне развивает детей с ОВЗ, помогая справиться не только с речевыми проблемами, но и с другими трудностями, возникшими вследствие ОВЗ или дефектов речи.

Все вышеперечисленное подчеркивает важность и актуальность STEAM-технологии, которая помогает учителям и логопедам повысить результативность своей работы. STEAM-технологии способствуют развитию инженерно-технического мышления, творческого воображения, а также формированию связной речи у детей дошкольного возраста. При применении данных технологий в обучении у детей появляется желание творчески презентовать свои идеи и достижения преподавателю. Дети будут стремиться постоянно придумывать что-то новое, решать поставленные перед собой задачи самостоятельно и со своим индивидуальным подходом, а также больше общаться и разговаривать. Такие творческие занятия обогащают логопедическую практику, позволяя детям рассказывать о своих идеях, придумывать сказки и постановки, что, в свою очередь, развивает речь и скорость восприятия информации у детей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бобровницкая С.А. Повышение мотивации учащихся к учебному предмету «Химия» посредством использования STEM-технологий // *Профессиональные компетенции современного руководителя как фактор развития образовательной сферы: III Междунар. науч.-практ. семинар (Минск, апрель-июнь, 2021 г.)*. Минск, 2021.
2. Водолажская Т., Коваленок Т., Король Д. *STEM-подход в образовании. Идеи. Методы. Практика. Перспективы*. Минск: edu4future.by, 2023. URL: <http://elib.bspu.by/handle/doc/41934> (дата обращения: 19.03.2023).
3. Грибкова Н.А. *Использование STEAM-технологий в коррекционно-развивающей работе с детьми, имеющими тяжелые нарушения речи*. URL: <https://natalyagribkova-vos-ds40-juravlik.edumsko.ru/articles/post/2953460> (дата обращения: 19.03.2023).
4. *Копилка навыков*. URL: https://nano-grad.ru/academy/#skills_bank (дата обращения: 08.03.2024).

5. Синельникова Д.Д. Разработка адаптированной индивидуальной программы развития для детей дошкольного возраста с расстройствами аутистического спектра // Молодой ученый. 2022. № 4 (242). С. 412–413. URL: <https://moluch.ru/archive/242/56042/> (дата обращения: 01.03.2024).
6. Сологуб Н.С., Аршанский Е.Я. Steam-образование: сущность и анализ идеи в исторической ретроспективе // Вестник Белорусского государственного педагогического университета. Сер. 1: Педагогика. Психология. Филология. 2020. № 2 (104). С. 15–18.
7. Таринская Т.А., Чекулова С.В. STEAM-технологии в работе учителя-логопеда // Педагогическое мастерство: материалы XIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2021 г.). Казань: Молодой ученый, 2021. С. 24–27. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/399/16653/> (дата обращения: 19.03.2023).
8. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования: приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.10.2021 № 1155.
9. Эльконин Д.Б. Детская психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 4-е изд. М.: Академия, 2022.
10. Ari Syahidul Shidiq, Anna Permanasari, Hernani Hernani. Chemistry Teacher's Perception toward STEM Learning // The 2021 International Conference on Education Development and Studies. Paris, France, March 2021.
11. Professional Competences in STEM Education / F. Sabirova, M. Vinogradova, A. Isaeva et al. // International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET). 2021. No 14.
12. The Future Of Jobs Report. 2023. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/digest> (дата обращения: 19.03.2024).

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ВЛИЯНИЯ СИСТЕМЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ТУРИСТОВ

Рассматриваются некоторые аспекты процесса совершения туристом выбора определенного направления и турпродукта и влияния на этот процесс средств массовой информации. Зависимость выбора направления путешествия от сообщений средств массовой информации показана статистически. Используются данные о количестве российских туристов, побывавших в зарубежных странах в конце 2019 – начале 2020 года. Построена модель линейной регрессии, с помощью которой описано влияние количества упоминаний конкретного направления в СМИ на выбор туристами этого направления. Также сделан вывод об ограниченности неоклассического подхода к изучению потребительских предпочтений в туризме и продуктивности использования принципов поведенческой экономики.

Ключевые слова: теория полезности, поведенческая экономика в сфере туризма, предпочтения туриста, рациональный выбор, туристский продукт, дестинация, влияние средств массовой информации

The article examines some aspects of the process of a tourist choosing a certain destination and tourist product and the influence of mass media on this process. The dependence of the choice of travel destination on media reports is shown statistically. Data on the number of Russian tourists who visited foreign countries in late 2019 – early 2020 were used. A linear regression model has been constructed. It describes the influence of the number of mentions of a particular destination in the media on the choice of this destination by tourists. The conclusion is also made about the limitations of the neoclassical approach to the study of consumer preferences in tourism and the productivity of using the principles of behavioral economics.

Keywords: the theory of usefulness, behavioral economics in the field of tourism, tourist preferences, rational choice, tourist product, destination, media influence

В современном мире условием функционирования туристского продукта является наличие единого информационного пространства [10], а сама информация становится важным фактором реализации туристского продукта [4, 7]. Современная информационная система в России, как и во всем мире, функционирует по законам социальных институтов и взаимодействует с системой туризма. При этом данным

взаимодействием возможно управлять для повышения эффективности использования туристских ресурсов. Маркетинговая, информационная кампания становится очень важным условием для популяризации как отдельных направлений, так и видов туризма [14, с. 68]. Примером институционального взаимодействия, в отличие от прямой рекламы, является продвижение туристского продукта на уровне крупных турагентств, государства, представительств субъектов

РФ [8, 17]. К тому же в современной ситуации сам по себе туризм не может восприниматься только через его материальную составляющую, важна и его социальная значимость [19, с. 5].

Информационными каналами являются не только классические средства массовой информации, но и социальные сети, специализированные рекламные носители (наружная реклама, листовки, буклеты), а также непосредственное общение в социальных группах (между знакомыми, друзьями, сослуживцами).

В «Стратегии развития туризма до 2035 года» обозначена цель переключения выездного турпотока на внутренний рынок за счет предложения россиянам турпродукта, отвечающего их потребностям [12]. Средства массовой информации являются лишь одним из каналов коммуникации, но при этом наиболее структурированным и институционализированным в силу наибольшего периода развития. СМИ формулируют существующие потребности россиян, широко распространяют эти представления и в силу этого оказывают дополнительное влияние на аудиторию, формируют ее предпочтения.

Современную информационную систему с точки зрения правоотношений рассматривают как систему, включающую субъектов, т.е. создателей и распространителей информации (в их числе – СМИ и государство, которое не претендует на авторство по поводу созданной информации), потребителей информации, т.е. аудиторию, и содержание правоотношений [1]. С точки зрения информационной политики государство будет выступать в качестве субъекта, СМИ – в качестве агентов проведения информационной полити-

ки, а аудитория – в качестве объекта. Отношения участников системы складываются по поводу информационного продукта и каналов его распространения. Собственно информационный продукт начинает оказывать большое влияние на потребительскую стоимость туристского продукта. Однако позиции, транслируемые СМИ в общество, не только не всегда совпадают с истинными намерениями государства, но и иногда содержат противоположные послы. Этим и определяется потребность целенаправленного управления информационным пространством со стороны государства. Продемонстрируем это на простом примере.

Весьма показательной стала кампания по запрету размещения мини-гостиниц (хостелов) в жилых домах, проводившаяся в марте-апреле 2019 года. Первоначальный тезис о том, что такие мини-гостиницы мешают другим жителям домов и потому должны быть запрещены, продвигали общественники от жилищной отрасли и органы власти, курирующие эту сферу. Со стороны туристского сообщества, как и со стороны туристов, звучали иные суждения о том, что простой запрет хостелов приведет к сокращению количества объектов коллективного размещения в туристских центрах, повышению цен и, в конечном итоге, к сокращению турпотока [18, 21, 22]. Представители туристской индустрии призывали вводить ограничения с осторожностью и предусмотреть варианты согласования размещения хостелов с соседями и перемещения хостелов в другие места.

После одобрения Советом Федерации законопроекта о запрете размещения хостелов в многоквартирных домах правительство издало свое постановление о внесении изменений в

Правила пользования жилыми помещениями. В постановлении, в частности, содержалась норма – «не допускается размещение в жилых помещениях промышленных производств, гостиниц» [13].

В СМИ эта новация была подана как запрет на посуточную сдачу квартир, что вызвало негативный резонанс в обществе. В крупнейших СМИ были, например, такие заголовки: «Россиянам запретили посуточно сдавать квартиры», «Посуточная аренда квартир стала незаконной» [9, 15]. Затем последовали опровержения и разъяснения о том, что посуточную аренду никто не запрещал. Их публиковали те же СМИ [5, 20]. В результате оказалось, что посуточную аренду квартир запретить попросту невозможно, так как это нарушало бы права собственников на распоряжение своей собственностью. Таким образом, действующие хостелы перейдут на полулегальное положение, вероятнее всего, они продолжают сдавать жилье туристам, но уже как квартиры внаем, без предоставления гостиничных услуг. В итоге интересы соседей учтены все равно не будут, а туристы лишатся части услуг, которые могли бы получить в хостеле, таких как круглосуточные стойки регистрации, уборка помещения и смена белья.

Подобная ситуация показывает, что СМИ как институт обладают собственными целями, которые заключаются в привлечении внимания читателей. Поэтому СМИ будут транслировать те послы, которые могут привлечь самую большую аудиторию. Для эффективной коммуникации с обществом государству придется учитывать средства массовой информации как важный элемент системы туризма.

СМИ выполняют определенные функции [1], которые можно приложить и конкретно к сфере туризма. Можно выделять самые различные функции СМИ [6]. В рамках данной работы выделим, во-первых, информирующую: СМИ рассказывают о новых дестинациях, туристских ресурсах, новых возможностях. То есть СМИ несут туристу новую информацию в сфере туризма, открывают ему новое знание.

Во-вторых, СМИ выполняют комплексобразующую функцию. Информационные сообщения позволяют объединять в сознании туристов в один комплекс разрозненные потребности и мотивы, туристские объекты и услуги. То есть средства массовой информации одновременно подталкивают туристов к потреблению турпродукта, формулируют мотивы такого потребления и подсказывают варианты таких турпродуктов. В итоге информационное пространство иерархически структурируется. Туризм выделяется как специфическая область человеческой деятельности. Затем определяются виды туризма. В видах туризма выявляются дестинации, и наконец, по каждой дестинации предстают примеры конкретных турпродуктов.

В-третьих, СМИ выполняют производящую функцию, т.е. создают собственный продукт. Информационная составляющая в форме добавленной стоимости может стать частью туристского продукта, повысив рыночную стоимость последнего. По сути, так происходит информационное конструирование турпродукта в массовом сознании.

Наконец, СМИ выполняют критическую функцию, т.е. способствуют выявлению недостатков и тем самым совершенствованию системы туризма.

В результате именно на уровне СМИ появляется возможность целенаправленно выстраивать информационную политику в туризме с максимальной эффективностью. СМИ обладают широким охватом, обеспечивают высокую степень реакции на события и высокую скорость распространения информации. Если бы знания о турпродукте формировались только с помощью непосредственных контактов потенциальных туристов с агентами или между собой, то сведения о турпродуктах и дестинациях распространялись бы очень долго, не удалось бы обеспечить массовость туризма. Поэтому с развитием информационных технологий нарастает и поток туристов в мире.

Неоклассический подход в экономической теории подразумевает, что социальные проблемы решаются по мере экономического роста и достижения процветания. То есть если, например, государство создаст высокоразвитую систему здравоохранения, население сразу же ей воспользуется в той мере, в которой это необходимо, и будет заботиться о своем здоровье [3]. Применительно к туризму из положений неоклассической экономической теории будет следовать тезис о том, что если государство создаст туристские кластеры внутри страны, туда поедут туристы, будут решаться вопросы повышения качества жизни.

Поведенческая экономика вносит коррективы в эти тезисы. Получается, что туристы поедут отдыхать в новые места, но только в том случае, если созданные кластеры будут должным образом вписаны в картину жизни потребителей, станут маркерами качества жизни.

С точки зрения теории полезности туристы могли бы оценивать интуи-

тивно силу предпочтений различных альтернатив [17]. Но пока, несмотря на достаточно длительный период развития этой теории, объективная верификация этого тезиса так и не была проведена. К тому же теория исследует индивидуальные предпочтения, для перехода к обобщению нет ресурсов, так как связь между микро- и макроуровнем слишком сложна.

В итоге приходится признать ограниченность неоклассической теории полезности в качестве базы для анализа поведения российских туристов. Причина может заключаться том, что турист не обладает всей полнотой информации. Он способен ориентироваться лишь в окружающем его информационном пространстве – и то выбирая отдельные его фрагменты. Потому возникают отклонения от рациональности. Поведение туристов можно рассматривать в русле поведенческой экономики или посткейнсианской концепции, согласно которой на поведение потребителей может оказывать влияние, например, реклама, которая создает «покупательские привычки и чувство неполноценности (обделенности нужным для ассоциации с референтной группой товаром)» [17, с. 211]. Можно полагать, что это информационное пространство формируют различные источники информации, в том числе и СМИ.

Аналитическое исследование проблемы позволяет предположить наличие прямого влияния СМИ на предпочтения туристов. То есть СМИ, предоставляя туристам разноуровневую информацию о туризме, о существующих дестинациях и, наконец, о конкретных турпродуктах, способны оказывать влияние на предпочтения путешественников.

Влияние СМИ на предпочтения туристов было подтверждено статистически. Для этого была построена модель линейной регрессии, где в качестве независимой переменной введено общее количество упоминаний отдельных туристских направлений в СМИ, а в качестве зависимой – количество совершенных туристами поездок по этим направлениям. Для анализа использованы данные по зарубежным поездкам россиян в различные страны. Такой выбор материала был обусловлен наличием более или менее точной статистики выезда туристов, который фиксируется пограничной службой ФСБ России. Подобной статистически достоверной единой базы поездок туристов внутри страны нет. Росстат до 2023 года фиксировал только размещение туристов в гостиницах, но, по экспертным оценкам, значительная часть путешественников использует неофициальные средства размещения – гостевые дома, апартаменты и те же квартиры, нанимаемые посуточно. В 2023 году Росстат изменил методику и начал отмечать также размещение гостей в «частном секторе», но в отраслевом сообществе возникли сомнения в достоверности этих данных [16].

Для расчета количества упоминаний был проведен анализ организационной структуры СМИ и затем контент-анализ с точки зрения отражения темы туризма. Расчеты были сделаны в период с 1 ноября 2019 года по 6 января 2020 года, когда выездной туризм в России находился на пике и еще не сказывались ограничения, введенные в связи с пандемией COVID-19. Для целей исследования были отобраны наиболее популярные СМИ по данным интернет-счетчиков (совокупная аудитория). По данным исследова-

ний, 70% пользователей туристской информации предпочитают получать ее именно из сети Интернет [2]. После отсека узкоспециализированных СМИ, которые почти не уделяли внимания теме туризма, был составлен список из порядка 30 наиболее популярных СМИ.

Для проведения контент-анализа сообщений СМИ были использованы поисковые системы на сайтах самих СМИ, которые в ответ на поисковый запрос возвращают перечень материалов с упоминанием референтного слова. Под референтным словом понимается конструкция «туризм» + название дестинации», т.е. конкретной страны. В итоге для каждой из стран, куда выезжали по итогам 2019 года российские туристы, было рассчитано количество упоминаний этой страны в наиболее популярных СМИ в контексте туризма.

Расчеты были проведены с помощью пакета SPSS. В построенной модели линейной регрессии коэффициент детерминации (R), который используется для оценки качества модели, равен 0,79 ($R = 0,791$). Это довольно высокий показатель. Такая модель описывает 62% всех случаев в генеральной совокупности. То есть более чем в 60% случаев туристы отдают предпочтения наиболее известным и часто упоминаемым в СМИ направлениям. При этом тест Дарбин–Уотсона выдал значение 2,07, что также является довольно хорошим показателем. Значения этого теста, как известно, колеблются от нуля до четырех. В идеале значение должно быть приближено к 2,0. Это указывает на нулевую автокорреляцию, т.е. на отсутствие системных связей между отклонениями наблюдаемых значений от теоретически ожидаемых [11].

Таким образом, статистически определена зависимость между турпотоком и количеством упоминаний направления в СМИ. Она описывается уравнением регрессии:

$$N = 150\,819 + 10,8X,$$

где N – количество туристов, посетивших конкретное направление;

X – количество упоминаний в СМИ.

Характеристики модели представлены в табл. 1 и 2.

Показано, что каждое упоминание туризма в СМИ в среднем увеличивает турпоток на 10 человек в год. При этом турпоток в 150 тыс. человек в год является исходным показателем на уровне отдельного направления (страны) и не зависит от упоминаний в СМИ при отсутствии бюджетных ограничений, т.е. при наличии финансовых возможностей у туристов для посещения этого направления.

Таблица 1

Характеристики регрессионной модели зависимости турпотока от количества упоминаний в СМИ

Model	R	R Square	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	,791	,626	,000	2,071

Таблица 2

Коэффициенты регрессионной модели зависимости турпотока от количества упоминаний в СМИ

	Нестандартизированный коэффициент	Стандартизированный коэффициент	t	Sig.
	B	Beta		
Константа	150819,444		4,257	,000
Количество упоминаний в СМИ	10,755	,791	16,225	,000

Далее в модель постепенно вводились другие независимые переменные, выделенные при анализе потребностей туристов. При введении в модель переменной «стоимость тура» значимость модели повысилась до $R = 0,824$. Такая модель уже описывает 68% генеральной совокупности.

Стоимость тура рассчитывалась как среднее значение по данным агрегаторов туров с 1 июня 2020 года на двух взрослых на 7–9 ночей в отеле категории «4-5 звезд», с перелетом, с любой системой питания.

Но при замене переменной «стоимость тура» на «стоимость перелета» значимость модели снизилась до $R = 0,806$. При включении двух этих переменных значимость модели немного увеличилась (до $R = 0,829$). При этом стоимость и тура, и перелета оказывает отрицательное влияние на популярность направления.

Уравнение приобретает вид:

$$N = 609\,218 + 9,9X_1 - 6,4X_2 - 1,2X_3,$$

где X_1 – общее количество упоминаний направления в СМИ;

X_2 – стоимость перелета в пересчете на 1000 км (руб.);

X_3 – стоимость тура (руб.).

Затем в модель была добавлена переменная «наличие системы “все включено”» в бинарном виде (0/1). Значимость модели выросла до $R = 0,834$. Такая модель описывает уже 70% генеральной совокупности.

Включение в модель таких переменных, как «удобство перелета» (с пересадкой, без пересадки), «упоминания в СМИ как уникального направления», «расстояние от Москвы», никаких существенных изменений не вызвало. При этом выросло значение теста Дарбина–Уотсона. Таким образом, эти переменные не влияют на общие предпочтения туристов, а значимы, скорее, только для отдельных групп направлений с точки зрения конкуренции между ними.

Итоговое уравнение приобретает вид

$$N = 728\,264 + 10X_1 - 3,3X_2 - 2,1X_3 - 217\,988X_4,$$

где X_1 – общее количество упоминаемый направлений в СМИ;

X_2 – стоимость перелета в пересчете на 1000 км (руб.);

X_3 – стоимость тура (руб.);

X_4 – наличие системы «все включено».

Эта модель в общем виде описывает ситуацию выбора туристами направления для путешествия. Базовый турпоток по массовым направлениям составляет 728 тыс. человек в год при наличии системы «все включено». То есть это стандартная характеристика массового направления зарубежного туризма в нормальной ситуации, когда не сказываются какие-либо административные ограничения, но и нет

никакой информационной поддержки СМИ.

Каждое упоминание этого направления в СМИ будет увеличивать турпоток на 10 человек, повышение стоимости перелета на 1 рубль будет снижать турпоток на 3 человека, повышение стоимости тура на 1 рубль будет снижать турпоток на 2 человека. При отсутствии системы «все включено» турпоток будет снижаться на 218 тыс. человек в год.

Таким образом, можно сделать вывод, что роль СМИ не сводится к техническому транслированию данных о туристских направлениях. СМИ сами играют активную роль в формировании факторов полезности туризма и создании определенной полезности у конкретных направлений. Потому СМИ, преследующие свои собственные цели, в освещении туризма могут исказить суть направлений или, во всяком случае, уводить тему в сторону, не раскрывая потенциал направлений. Для эффективного управления потоками туристов, а в особенности средним чеком туристов, есть возможность формировать нужное информационное пространство через СМИ и другие каналы коммуникации.

Построенная модель может быть использована для последующих исследований влияния СМИ на формирование предпочтений туристов уже в современной ситуации, когда действуют многочисленные ограничения в выездном туризме. Кроме того, построенная модель может быть апробирована на материале внутреннего туризма. При этом придется провести расчеты турпотоков с опорой на данные Росстата о размещении туристов в гостиницах с поправкой на данные

региональных властей о турпотоке в ной ситуации являются предметом региона. Закономерности влияния дальнейших сравнительных исследований СМИ на потоки туристов в современных.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алхазова М.Х., Эздекова Л.Б. Роль и функции СМИ в современном обществе // *Современная наука и инновации*. 2022. Вып. 2 (38). С. 251–257.
2. Барабанова Н.А. Информационно-библиографическое обеспечение туристской деятельности: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Самара, 2010.
3. Борисов А.Ю. Поведенческая экономика как направление современной экономической мысли: дис. ... канд. экон. наук. М., 2018.
4. Бышок К.А., Сапунова Е.В., Пыхтина М.Г. Методы продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных технологий // *Достижения науки и образования: научно-методический журнал*. 2019. № 9 (50). Ч. 2. С. 7–9.
5. В Госдуме опровергли введение запрета на посуточную аренду квартир / *live.ru* // *Официальный сайт Live*. 15 ноября 2019. URL: <https://life.ru/p/1255305> (дата обращения: 12.04.2024).
6. Галечко-Лопатина В.Д. Тревэл-журналистика: роль и функции // *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*. 2019. № 2 (35). С. 35–42.
7. Дехтярь А.Г. Информация и туризм // *NovaInfo.Ru*. 2017. № 69. *Экономические науки*. С. 97–99.
8. Донцова А.Ю. Взаимосвязь развития туристического бренда в СМИ и имиджа региональных властей на примере Московской области // *Молодой ученый*. 2022. № 5 (400). С. 65–74.
9. Жилье не для бизнеса: посуточная аренда квартир в РФ стала незаконной / *ren.tv* // *Официальный сайт телеканала Ren.TV*. 16 ноября 2019. URL: <https://ren.tv/news/v-rossii/625715-zhile-ne-dlia-biznesa-posutochnaia-arenda-kvartir-v-rf-stala-nezakonnoi> (дата обращения: 21.04.2024).
10. Максимова Л.М. Роль информационного обеспечения в системе развития въездного и внутреннего туризма // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2012. № 1. С. 68–73.
11. Моосмюллер Г., Ребик Н.Н. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие. М., 2009. С. 85.
12. Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие туризма”» // *Официальный сайт Правительства РФ*. URL: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения: 21.04.2024).
13. Постановление Правительства РФ от 07.11.2019 № 1417 // *Портал официального опубликования правовых актов*. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201911110015> (дата обращения: 02.02.2024).
14. Рассохина Т.В., Сесёлкин А.И. Оценка проблем и механизмов управления, инвестиционной политики и маркетинга в сфере развития устойчивого туризма на основе экспертного опроса // *Сервис в России и за рубежом*. 2016. Т. 10, № 7 (68). С. 64–70.
15. Россиянам запретили посуточно сдавать квартиры, Ася Гельман / *Профиль* // *Официальный сайт делового журнала «Профиль»*. 15.11.2019. URL: <https://profile.ru/news/society/rossiyanam-zapretili-posutochno-sdavai-kvartiry-194797/> (дата обращения: 21.04.2024).
16. Росстат оценил внутренний туризм за 9 месяцев 2023 года // *Официальный сайт Ассоциации туроператоров России*. 02.11.2023. URL: <https://www.atorus.ru/node/54569?ysclid=lvawdbty4c70572977> (дата обращения: 18.01.2024).
17. Рыжкова М.В. Анализ методологических подходов в теории потребительского поведения // *Известия Томского политехнического университета. Сер.: Социально-экономические и гуманитарные науки*. 2006. Т. 309. № 4.

18. Сенатор: сокращение числа хостелов в РФ приведет к росту цен на гостиницы // Официальный сайт информационного агентства «РИА Новости». 21.11.2019. URL: <https://realty.ria.ru/20190418/1552798867.html> (дата обращения: 21.04.2024).

19. Трофимов Е.Н. Социальный туризм в России и в Европе // Вестник РМАТ. 2014. № 3. С. 3–10.

20. Эксперт опроверг запрет на посуточную аренду квартир / ren.tv // Официальный сайт телеканала Ren.TV. 16.11.2019. URL: <https://ren.tv/news/v-rossii/625672-ekspert-oproverg-zapret-na-posutochnuiu-arendu-kvartir> (дата обращения: 21.04.2024).

21. Эксперты предрекли появление черного рынка хостелов после запрета их деятельности // Официальный сайт информационного агентства «Интерфакс». 06.03.2019. URL: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/eksperty-predrekli-poyavlenie-chernogo-rynka-hostelov-posle-zapreta-ih-deyatelnosti> (дата обращения: 21.04.2024).

22. Эксперты: запрет на размещение хостелов и гостиниц в жилом фонде приведет к росту цен // Официальный сайт информационного агентства ТАСС. 07.03.2019. URL: <https://tass.ru/ekonomika/6197796> (дата обращения: 21.04.2024).

УДК 338.48

Э.А. КРУГ

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время экологический туризм является одним из самых востребованных видов туризма. Популярность его среди разных групп населения растет с каждым годом. Подобная тенденция объясняется тем, что меняется сознание современного человека: он не только стремится «очиститься» и внешне, и внутренне от всего вредного, глубоко проникнувшего в его жизнь, но и прослеживается озабоченность по сохранению в оптимально нетронутым состоянии условий окружающей среды. В работе детально рассмотрена тема экотуризма, проанализированы его теоретические аспекты и динамика развития данного направления на примере Псковской области.

Ключевые слова: экологический туризм, экотуризм, экомаршрут, экотуристический маршрут, экотурист, экологические экскурсии

Currently ecotourism is one of the most popular types of tourism. Its popularity among different groups of the population is growing every year. This trend is explained by the fact that the consciousness of modern man is changing; he is not only striving to “cleanse himself” both externally and internally from harmful substances that have deeply penetrated his life, but there is also a concern for maintaining environmental conditions in an optimally intact state. This paper examines the topic of ecotourism in detail, analyzes its theoretical aspects and the dynamics of development of this area using the example of the Pskov region.

Keywords: ecological tourism, ecotourism, eco-route, eco-traveler, ecotourist, ecological excursions

На сегодняшний день туризм стал неотъемлемой частью жизни любого современного человека. Вследствие развития прежде всего рекреативной и познавательной функций туризма он затрагивает жизнедеятельность практически каждого члена общества. Несмотря на значительную пользу для человека, многие виды туризма несут такой же значительный вред природе. Экологический туризм – единственная форма путешествия, сосредоточенная на сохранении природы. Экотуризм стремится минимизировать негативное воздействие на окружающую среду, способствуя одновременно разви-

тию устойчивого туристского бизнеса и поддержке местных сообществ. В данной статье мы рассмотрим преимущества экологического туризма, его потенциал для экономического развития и сохранения природы Псковской области.

Цель исследования – теоретическое осмысление особенностей экотуризма и способов его реализации на примере Псковской области.

Задачами исследования являются:

1. Изучение и критическое осмысление литературы по проблеме исследования.

2. Выявление понятийного аппарата исследования.

3. Анализ опыта реализации экологического туризма в Псковской области.

Методами исследования являются: контент-анализ, синтез количественных показателей.

Еще древние люди отправлялись в путешествия с целью изучения и по-

полнения знаний об окружающем мире. Объектами их изучения являлись не только культурные или исторические достопримечательности, но и природные условия. Более наглядно формирование и развитие экотуризма представлено в табл. 1.

Таблица 1

Развитие экологического туризма*

Дата, век	Значимые фигуры	Мотив
IV до н.э.	Аристотель, Геродот, Плиний Старший	Пополнение своих знаний об окружающем мире
XVIII	Чарлз Дарвин, Витус Беринг, Алексей Чириков	Исследовательская деятельность, пополнение и расширение научных знаний
XIX	Александр Гумбольдт, Григорий Лангсдорф	Активное освоение Американского континента, исследование внутренних районов Африки, Евразии и Австралии
XX	Д.Н. Мамин-Сибиряк, П.П. Семенов-Тян-Шанский, Н.М. Пржевальский	Исследование, получение впечатлений от захватывающих видов природы, вдохновение

* Сост. автором по [3, 8].

Позднее многие исследователи посвятили путешествиям значительную часть своей жизни, отправляясь в различные уголки мира, среди них Чарлз Дарвин, Александр Гумбольдт и др. Именно во время путешествий этих исследователей экотуризм начинает свое стремительное развитие [8].

В конце XIX века началось активное освоение Американского континента. Широкое природное разнообразие данной неизведанной территории не могло не удивлять жителей Европы – хорошо изученного к тому времени континента. Тем временем в Америке переселенцы стремительно осваивали новые территории, а уже к началу XX века некоторые туристские маршруты стали настолько популярными, что власти были вынуждены принять

меры по экологической охране некоторых территорий.

В России существенный вклад в развитие и популяризацию экологического туризма внесли такие писатели, как Д.Н. Мамин-Сибиряк, П.П. Семенов-Тян-Шанский, Н.М. Пржевальский. Они изучали, описывали и прославляли природу нашей Родины. Первые экомаршруты были разработаны Бюро международного молодежного туризма «Спутник» по прибрежной зоне озера Байкал. Назывались они «маршруты экологического туризма» с расчетом на то, что ущерб природе от присутствия туристов в рамках данного тура будет минимальным [3].

К концу XX века все большей популярностью пользуются путешествия с целью полюбоваться дикой природой. На что также повлияло по-

явление национальных парков. И все же такие путешествия, да и в целом экологический туризм, сохраняли элитарный характер и были доступны лишь немногим.

Существует множество определений экологического туризма. Все они описывают данное понятие по-своему, выделяя или опуская ту или иную его

особенность. Различные трактовки могут давать как обобщенное понятие термина «экотуризм», так и более конкретное, связанное с определенной отраслью или сферой. Понятия также могут быть как простыми и понятными, так и более заумными и написанными профессиональным языком (табл. 2).

Таблица 2

Различные определения термина «экологический туризм»*

Источник	Дефиниция
Всемирный фонд дикой природы	Туризм, способствующий охране природной среды
Общество экотуризма	Направлением путешествия являются природные территории, содействие охране природы и способствованию повышению благосостояния местного населения
Международный союз охраны природы (МСОП)	Путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности

* Сост. автором по [1, 2, 6].

К данному виду туризма можно отнести огромный спектр направлений деятельности: от длительных походов в горы, которые при условии хорошей погоды и больших запасов провизии могут проходить неделями, до отдыха на природе в выходные. Тем не менее любой вид экотуризма должен иметь стимул для формирования потребности и удовлетворения ее в области общения с природой. Он должен быть направлен на предотвращение негативного воздействия на природу и непосредственно те культурные отношения, которые сложились в этой фауне, а также стимулировать туроператоров и непосредственно туристов поддержи-

вать охрану природы и способствовать социально-экономическому развитию данного края.

В странах Запада дефиниция «туризм» является более широким понятием, чем «рекреация». В англоязычных странах в зависимости от особенностей занятий можно условно выделить три вида туризма: рекреационный, научный и познавательный. В понимании западных специалистов, «туризм» является неотъемлемой частью «рекреации». В России ситуация обратная – здесь понятие «рекреация» более широкое, чем «туризм». Несмотря на это, рекреационные экскурсии – это исключительно кратко-

временные поездки, охватывающие широкий спектр деятельности, которые имеют продолжительность менее суток. Именно поэтому они не могут

быть включены в определение, принятое ЮНВТО [6]. Рассмотрим некоторые виды экологического туризма (табл. 3).

Таблица 3

Виды экологического туризма

Вид	Характеристика
Научный туризм	<ul style="list-style-type: none"> – направлен на расширение информации о малоизученных объектах; – полученная информация используется для развития научной деятельности, а также для популяризации направлений экологического туризма на территории региона; – способствует стимулированию разнообразных научных, образовательных и иных связей научного познания между странами; – направлен на развитие масштабных международных проектов, в том числе осуществляемых за счет грантов разных организаций; – способствует популяризации российских заповедников на международном уровне
Рекреационный туризм	<ul style="list-style-type: none"> – основной его целью является отдых на природе, но также он преследует еще и познавательную цель; – имеет две формы: активную и пассивную
Познавательный туризм	<ul style="list-style-type: none"> – к его разновидностям относятся туры по наблюдению за китами, птицами или экзотическими бабочками, а также ботанические экскурсии, археологические, этнографические и палеонтологические туры; – говорит о важности природы, ее роли в жизни человека и о способах сделать путешествия более экологичными; – поднимает важные вопросы, связанные с экологическими проблемами и вызовами, с которыми мы сталкиваемся, и способствует формированию осознанности и ответственного подхода к путешествиям

* Сост. автором по [9, 10].

На сегодняшний день статистические данные играют немаловажную роль. Они позволяют отслеживать динамику не только развития экотуризма, но и сферы туризма в целом, помогают проследить тенденцию повышения интереса к экологическому туризму и динамику его развития. Рассмотрим основные показатели деятельности турфирм в Псковской области (табл. 4).

Исходя из результатов данной таблицы, можно сделать вывод, что в 2022 году по сравнению с двумя предыдущими большинство показателей значительно выросли, что указывает на успешное и динамичное развитие данной сферы в регионе. Также можно сделать вывод, что Псковская область становится все более притягательным местом для туристов.

Основные показатели деятельности туристских фирм в Псковской области

Показатель	2020	2021	2022	Темп роста, %
Число турфирм, шт.	54	56	69	113
в том числе:				
занимались туроператорской деятельностью, %	13	11	16	134
занимались туроператорской и турагентской деятельностью, %	59	57	23	75
занимались турагентской деятельностью, %	28	32	61	176
Число реализованных населению турпакетов – всего, тыс. шт.	5,9	12,3	7,4	134
Число отправленных в путешествия по России – всего, тыс. шт.	11,9	26,7	22,9	155
в том числе посетившие Псковскую область, %	55,6	66,8	70,2	–

* Сост. автором по [7].

Численность турфирм, занимающихся туроператорской деятельностью, возросло в 2022 году по отношению к 2020 на 34%. В большей степени увеличилась численность компаний, занимающихся турагентской деятельностью (76%), а вот количество компаний, осуществляющих совместную деятельность, сократилось на 25%, что связано с высоким уровнем конкуренции. Это может свидетельствовать о возрастании роли турфирм именно как посредников между туроператором и туристом и формировании большей нацеленности на маркетинговую составляющую.

Таким образом, одним из ключевых аспектов развития экологического туризма является устойчивая динамика туристской индустрии. Экологический туризм также стимулирует развитие местных промышленных отраслей, торговли и инфраструктуры, что способствует улучшению экономического положения регионов.

Псковская область богата уникальными экосистемами и достопримечательностями, которые могут привлечь

туристов, заинтересованных в экологичном и устойчивом туризме, она обладает большим богатством природных ресурсов, включая уникальные ландшафты, болота, озера, реки и леса. Эти экосистемы являются уникальной основой для развития и реализации экологических туристских проектов. Национальные парки, заповедники и природные заказники в области являются привлекательными местами для посещения туристами, желающими насладиться красотой и чистотой природы.

Рассмотрим несколько ярких примеров экотуризма в Псковской области более подробно. У каждого из них есть свои особенности. Варианты различаются по своей направленности, длительности, сложности и локации, они рассчитаны на самых разных по возрасту, характеру и уровню подготовки экотуристов.

1. Экоферма «Изборский страус»

«Изборский страус» – уникальное место для отдыха всей семьей. При посещении экофермы у путешественников есть возможность не только

провести время на природе, но и вочию увидеть удивительных птиц внушительных размеров – черных африканских страусов. Здесь имеет место birdwatching, ввиду чего данный пример сочетает в себе познавательный и рекреационный аспекты экотуризма. Находится экоферма, как следует из названия, в Изборске.

Больше информации о животных и самой экоферме с удовольствием расскажут экскурсоводы, которые регулярно проводят там экологические экскурсии. У посетителей фермы есть возможность поконтрактировать с животными – собственноручно покормить птиц, а также приобрести экопродукты, которые изготавливаются на самой экоферме: экзотическое мясо страуса, мясо кролика, курицы, барана. В продаже также присутствуют страусиные и куриные яйца и даже страусиный жир, который успешно применяется в косметических целях, обладает омолаживающим, увлажняющим и смягчающим эффектом. Более того, данное средство способно справляться с такими кожными заболеваниями, как акне и экзема.

«Изборский страус» находится всего в нескольких минутах езды от знаменитого ландшафтного памятника – Изборска – и в 25 км от Пскова. Это сравнительно небольшая удаленность. Посетить ферму можно в любое время года. Летом идеальным решением будет совмещение посещения экофермы с велопрогулкой, которая займет у экотуриста примерно 2,5 часа, если ехать из Пскова [11].

2. Конные прогулки

Не менее увлекательным вариантом экологического туризма являются конные прогулки. Данный вид экологичного отдыха подойдет для взрослых

и детей старше шести лет. Существует множество примеров, когда, единожды попробовав такой вид отдыха, люди делают конные прогулки частью своей жизни, а некоторые даже начинают полноценно увлекаться конным спортом, и возраст здесь практически не играет роли.

Лошади прошли бок о бок с человеком длинный исторический путь. Они могут считывать человеческие эмоции, интонации и даже способны запоминать человека по голосу. Эти животные при правильном обучении могут научиться считать, читать и даже понимать человеческую речь. Ярким примером является конь Ганс, который в свое время произвел настоящий фурор. Невозможно не уважать и не любить столь умных животных.

Для того чтобы провести время с лошадьми, в Псковской области существует достаточное количество конных клубов. Все они предлагают конные прогулки со своими особенными маршрутами, которые различаются по длительности и уровню профессионализма туристов в области верховой езды. Новичкам подойдет спокойный, размеренный, небольшой по продолжительности маршрут. Для профи существуют скоростные маршруты, во время которых гарантированы доза адреналина и море эмоций.

Ниже приведен неполный перечень конных клубов Псковской области:

- 1) конный клуб «Изборянка»;
- 2) клуб конного туризма «Фаэтон»;
- 3) Псковский центр конного туризма;
- 4) конный клуб «Конный Псков» («HorsePskov»);
- 5) конный клуб «Возрождение»;
- 6) конный клуб «Первая лошадь».

Также существуют специальные однедневные и даже многодневные кон-

ные туры и походы. Это удовольствие для подготовленных туристов.

Стоимость конной прогулки зависит от многих факторов: длительности, маршрута, количества человек, уровня подготовки наездника. Многие конные клубы делают скидки маленьким детям и ветеранам ВОВ, также часто предусмотрены специальные пакеты, которые обойдутся вам дешевле, чем плата за каждого человека по отдельности. Например, часто предлагаются пакеты «Семейный», «На двоих» или «Детский».

Летом данный вид экотуризма особенно востребован, но и зимой находится много экстремалов, которые с удовольствием проводят время на природе, верхом на величественных животных. Неслучайно существует понятие «иппотерапия», подразумевающее некую реабилитацию пациентов после тяжелых заболеваний, например инсульта [12].

3. Экотропы Псковской области

Экотропа – это специально проложенный туристский или прогулочный маршрут, который позволяет туристу посетить малоизвестные природные достопримечательности. Маршрут также часто включает в себя историко-культурные объекты, которые располагаются в труднодоступных местах посреди дикой природы.

Экотропы пользуются достаточной популярностью у экопутешественников, про самые известные из них знают даже обычные туристы. К примеру, знаменитая оздоровительная Боткинская тропа, расположенная на горе Ставри-Кая в Ялте. Тропа названа в честь русского врача Сергея Петровича Боткина, который обратил внимание на целебные свойства прогулок по хвойным лесам Ялты на определенной высоте.

Сергей Петрович самостоятельно по несколько часов в день водил людей, страдающих болезнями дыхательных путей, по этой тропе, что давало существенные результаты.

Менее известными, но не менее увлекательными и полезными являются экотропы Псковской области. Они рассчитаны на более взрослых и подготовленных туристов. Такие маршруты прекрасно подойдут для активного отдыха и времяпрепровождения наедине с собой, со своей второй половинкой или питомцем. Сейчас активно развивается позиция **dog-friendly**, что подчеркивает уважительное отношение к животным. Естественно, это не снимает ответственности с владельцев, и человеку, решившему взять с собой свое животное, стоит обязательно подумать о комфорте и безопасности окружающих [5].

В Псковской области существует множество экотроп, ниже приведен список наиболее популярных из них:

- 1) тропа заказника «Ремдовский»;
- 2) тропа «Расти, кедровник!»;
- 3) изборская «Тропа здоровья»;
- 4) экотропы заповедника «Полистовский»;
- 5) экотропы нацпарка «Себежский».

Каждая из представленных экотроп отличается своей неповторимой историей создания и оригинальностью маршрутов. Некоторые тропы настолько длинные, что имеют сразу несколько прогулочных маршрутов. К примеру, экотропа заказника «Ремдовский» предполагает три радиальных маршрута: «Тайны изменяющихся биотипов», «Сокровища Теплого озера» и «Секреты южной тайги». Эти три тропы радиально расходятся от учебной базы ПсковГУ в деревню Пнево. Тропа «Ремдовский» проложена в 2004 году

на северо-западе заказника «Ремдовский». Интересным фактом является то, что курирует экотропу Псковский государственный университет – кафедра зоологии и экологии животных.

Еще одной интересной экологической тропой является тропа «Расти, кедровник!». Она уникальна тем, что находится далеко за пределами естественного произрастания кедровой сосны, и тем не менее здесь, на участке площадью 5,3 га, произрастает аж 298 деревьев сибирской кедровой сосны. Их возраст составляет около 60 лет [4].

Длительные прогулки на свежем воздухе с давних времен считались лечебным делом, они укрепляли здоровье, в особенности нервную и дыхательную системы. Великолепные живописные пейзажи станут лучшим местом для того, чтобы успокоить свои мысли и насладиться внутренним умиротворением.

Основная проблема развития экотуризма в Псковской области – недостаточный уровень инфраструктуры. Тем не менее экологический туризм в Псковской области имеет значительный потенциал для устойчивого развития региона. Прогресс инфраструктуры и гостиничного бизнеса в рамках экологического туризма может быть важным источником работы и дохода для региона. Высокое качество и разнообразие экологических услуг могут привести к увеличению числа туристов и, соответственно, увеличению доходов местных жителей. Кроме того, экологический туризм способствует сохранению традиций и культурных особенностей Псковской области, так как позволяет местным жителям принимать участие в создании экологических туров и делиться своими знания-

ми и опытом. Он также предоставляет общественности уникальную возможность активно участвовать в сохранении природы.

Большое внимание в развитии экотуризма уделяется молодым группам туристов. Молодежный туризм становится все более популярным, и новые тренды в этой области включают в себя уникальные и нестандартные формы путешествий. Чтобы привлечь молодежь, необходимо создавать интересные и интерактивные направления экотуризма. Молодежь ценит уникальные и нестандартные подходы к представлению информации, поэтому использование современных технологий, интерактивных экспонатов, аудиогидов и мультимедийных ресурсов может помочь их привлечь. Также важно проводить различные мероприятия в процессе экопутешествия, которые будут заинтересовывать молодежь. Это могут быть выставки экологических объектов, концерты на открытом воздухе, лекции, мастер-классы и другие формы культурного и образовательного контента.

Кроме того, важно учитывать потребности и интересы молодежи при создании программ для посещения объектов экотуризма. Создание интерактивных зон, где посетители могут участвовать в интерактивных играх, экспериментах, мультимедийных установках и других формах взаимодействия. Также, например, можно организовывать тематические экскурсии, игровые программы, конкурсы и другие формы взаимодействия, которые сделают посещение экотуров более увлекательным и запоминающимся для молодежи. С учетом этих аспектов можно создать интересные и увлекательные условия для привлечения мо-

лодежи к экотуризму и стимулировать их интерес к данному виду туризма.

Таким образом, экотуризм является одной из самых важных, правильных и интересных современных тенденций в обществе. Он играет ключевую роль в сохранении природы и развитии устойчивых путешествий. Именно

эта набирающая популярность отрасль туризма является одним из первых шагов к спасению и сохранению природы. Развитие экологического туризма становится неотъемлемой частью нашей современной туристской индустрии и помогает нам более ответственно и гармонично взаимодействовать с миром.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дроздов А.В. Сборник докладов и тезисов научно-практической конференции «Проблемы туризма-99. Перспективы развития туризма в Южном Подмосковье» (Москва, 27 апреля 1999 г.). М., 1999. С. 122–129.
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2000. 368 с.
3. Ледовских Е.Ю., Моралева Н.В., Дроздов А.В. Экологический туризм на пути в Россию. Тула: Гриф и К, 2002. 284 с.
4. Луки.ру. Новости. URL: <https://luki.ru/news/606361> (дата обращения: 30.01.2024).
5. Причудье: учеб. пособие по экологии региона Псковско-Чудского озера. URL: <https://textbook.peipsi.org/category/eco-trails/> (дата обращения: 30.01.2024).
6. Сергеева Т.К. Экологический туризм М.: Финансы и статистика, 2004. 360 с.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Псковской области. URL: <https://60.rosstat.gov.ru> (дата обращения: 30.01.2024).
8. Хечошвили Н.Р. История, развитие и проблемы экотуризма. Текст научной статьи по специальности «История и археология». URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 30.01.2024).
9. Храбовченко В.В. Экологический туризм: учеб.-метод. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. 208 с.
10. Экологическая сеть «ЭКОДЕЛО». URL: <https://ecodelo.org/> (дата обращения: 30.01.2024).
11. Экоферма «Изборский страус». URL: <https://izborsk-ostrich.ru/> (дата обращения: 30.01.2024).
12. JSPRAW. Справочник организаций в Пскове. URL: <https://pskovjsprav.ru/konnyie-klubyi/> (дата обращения: 30.01.2024).

УДК 338.48

Л.В. КОРОЛЕВА

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ – ЗАПОВЕДНИКАХ

Рассматриваются особенности эколого-туристской деятельности в условиях заповедника на примере заповедника «Приволжская лесостепь». Определены подходы к понятию «экотуризма», представлены возможные примеры экскурсионной деятельности.

Ключевые слова: экотуризм, эколого-туристская деятельность, природоохранный заповедник, экскурсионная деятельность

The article discusses the features of ecotourism activities in nature reserves using the example of the Volga Forest-Steppe Nature Reserve. Approaches to the concept of "ecotourism" are defined and possible examples of excursion activities are presented.

Keywords: ecotourism, ecotourism activities, nature reserve, excursion activities

За последнее десятилетие путешествия в природную среду в России относятся к перспективным направлениям туризма, которое получило название экологического туризма.

В научной литературе нет общепринятого понятия «экологический туризм». Впервые прозвучавший на одной из конференций термин «экотуризм» в 80-е годы XX века означал бережное отношение к природе во время путешествий и экскурсий, сохранение природных богатств во время посещения заповедных зон человеком.

Автор статьи в понимании экотуризма опирается на определение И.В. Зорина и В.А. Квартальнова: «Туризм, ориентированный на прямое использование более или менее "дикой" природы как среды обитания туристов и целей путешествия на основе внедрения экологических технологий во все компоненты тура. Экологический туристский продукт минимизирует

ущерб окружающей среде, имеет воспитательное и рекреационное значение» [2, с. 168].

Другие подходы к определению туризма являются дополняющими, уточняющими его функции в общей структуре развития туризма в заповедных зонах. Всемирный фонд дикой природы и Международный союз охраны природы [4] выделяют экологический аспект экотуризма для местного населения, приносящий ему выгоду в виде деятельности при условии бережного отношения к природной среде, разрушенной социально-экономической деятельностью.

Богатство природной среды России создает широкие возможности для развития экотуризма [3, 5]. Эколого-туристский потенциал России разнообразен, и в нем особенно выделяются Кавказский (абсолютный лидер), Байкальский, Алтайский и Дальневосточный регионы. Среднее положение занимают Волго-Уральский, Северо- и Централь-

но-Европейский регионы, а за ними следуют Камчатский и Арктический регионы.

Наиболее распространенными формами экологического туризма являются экскурсии, объектами которых могут быть дендрарии, вольерные комплексы. Чаще всего экскурсии осуществляются по заранее оборудованным экотропам в охранных зонах заповедников [1]. Популярность приобретают многодневные туры.

Цель нашего исследования состояла в определении направлений туристско-рекреационной деятельности в условиях заповедника «Приволжская лесостепь».

К его характерным особенностям следует отнести расположенность в двух ботанико-географических зонах – Восточно-Европейской широколиственно-лесной и Восточно-Европейской лесостепной.

Учреждение охранной зоны способствует защите природных комплексов заповедника от влияния хозяйственной деятельности на прилегающих к нему территориях; восстановлению естественной плотности зверей и птиц, улучшению их условий обитания; охране редких и исчезающих видов растений на прилегающих к заповеднику территориях; проведению необходимых мероприятий по восстановлению нарушенных экосистем и регулированию естественных процессов в природных комплексах при разработке научных основ рационального природопользования, охраны и восстановления; организации постоянного наблюдения за состоянием природных комплексов под влиянием хозяйственной деятельности и рекреационного использования территории; усилению контроля за

соблюдением действующего законодательства при ведении хозяйственной деятельности на смежных территориях.

В заповеднике «Приволжская лесостепь» проводятся экологические экскурсии для учащихся школ, колледжей, студентов вузов, многодневные праздничные мероприятия, туры выходного дня.

Развиваются новые формы экологического туризма:

- Наблюдение за животными, фототуры.
- Познавательные экспедиции. Например, участие школьников в проекте «Степные острова – дом для сурка». Это совместный проект заповедника «Приволжская лесостепь» и благотворительного фонда «Красивые дети в красивом мире».

С природоохранной деятельностью связано волонтерское движение: просветительская деятельность, сопровождение посетителей заповедника. В настоящее время получили признание у посетителей учебно-познавательные маршруты, такие как:

1. «Тихменевский бор» (охранная зона заповедного участка «Верховья Суры» знакомит со значительным разнообразием лесных растительных сообществ, в том числе маршрут проходит по участкам с коренными дубравами возрастом более 200 лет и коренными сосняками возрастом 230–250 лет).

2. Охранная территория заповедного участка «Островицкая лесостепь» (пересеченная местность, уникальный участок – черноземные степи на водоразделе: степная, луговая, кустарниковая, лесная типы растительности).

Вместе с тем существует ряд проблем, которые сдерживают развитие туризма на территории заповедника «Приволжская лесостепь». К ним можно отнести:

1. Несовершенство системы управления особо охраняемыми природными территориями. Оно связано с объективной незаинтересованностью управляющих организаций в оптимизации деятельности охраняемых природных территорий (ОПТ). Экологический туризм как коммерческая отрасль практически не рассматривается.

2. Негативное отношение к туристам у сотрудников ОПТ. Турист воспринимается как потенциальный вредитель, способный разрушать природную экосистему.

3. Слабая информация о заповеднике в сети Интернет. Освещаются только природные ресурсы территории. Мало информации о туристских возможностях заповедника. Возможно, недостаточная работа с сайтом сотрудников заповедника «Приволжская лесостепь».

4. Низкий уровень развития инфраструктуры, отсутствие транспортного обслуживания как в периферийной зоне заповедника, так и внутри него.

5. Низкая заинтересованность и неумение местного населения предоставлять туристские услуги.

Все представленные выше данные позволяют наметить ряд мероприятий, направленных на совершенствование туристско-рекреационной деятельно-

сти и устойчивого развития экотуризма на территории заповедника «Приволжская лесостепь»:

1. Увеличение разнообразия туристских предложений для различных сегментов потребителей.

2. Увеличение числа экологических троп, количества проводимых мероприятий и праздников.

3. Создание музейной экспозиции для посетителей, которая могла бы выполнять функции информационного центра.

4. Увеличение количества мест размещения путем привлечения местных жителей, проживающих в буферной зоне заповедника. Привлечение инвестиций для строительства новых коттеджей и гостевых домов.

5. Улучшение транспортной инфраструктуры. Здесь необходимо использовать экологические технологии обслуживания посетителей, применять экологически чистый транспорт.

6. Усиление информационного обеспечения деятельности заповедника через наполняемость официального сайта, освещение его деятельности, информирование о туристском продукте.

7. Повышение квалификации сотрудников и более активное вовлечение в деятельность заповедника местных жителей, волонтеров.

В заключение хотелось бы отметить, что организация деятельности заповедника будет зависеть от развития туризма в Пензенской области в целом, ее позиционирования на рынке внутреннего и международного туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Буйволов Ю.А., Басанец Л.П. Экологический туризм в национальных парках и заповедниках России: тенденции развития и проблемы управления // Экологическое планирование и управление. 2007. № 4.

2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. *Энциклопедия туризма: справочник*. М.: Финансы и статистика, 2000. С. 368.

3. Сергеева Т.К. *Экологический туризм: учебник*. М.: Финансы и статистика, 2004.

4. Фонд развития экотуризма «Дерсу Узала». URL: <http://www.ecotours.ru> (дата обращения: 20.02.2024).

5. ZAPOVED. *За будущее в гармонии с природой*. URL: <https://zapoved.net/index.php> (дата обращения: 20.02.2024).

УДК 332.14

М.С. КЛЕВИЦКАЯ

ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО ГЕОБРЕНДА В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Статья посвящена поиску факторов устойчивого развития территориального бренда в контексте современных трендов. Выявлены триггеры, влияющие на выбор региона для путешествия. Сделана попытка определения бенефициаров геобренда. Изучены подходы к определению дефиниций «маркетинг территории», «бренд территории» и «геобренд».

Ключевые слова: территориальный бренд, геобрендинг, устойчивый бренд, идентичность территории, landmark, имидж региона

This article is devoted to the search for factors of sustainable development of a territorial brand in the context of modern trends. Triggers have been identified that influence the choice of the region for travel. An attempt has been made to determine the beneficiaries of the geobrand. Approaches to defining the definition of territory marketing, territory brand and geobrand have been studied.

Keywords: territorial brand, geobranding, sustainable brand, identity of the territory, landmark, image of the region

В современных условиях все более актуальным становится формирование устойчивого интереса населения к путешествиям внутри страны. Ежегодное увеличение внутреннего турпотока влечет за собой повышение конкуренции за туристов среди регионов. В условиях внешних ограничений рост внутреннего турпотока в 2023 году, по данным Росстата, превысил показатели прошлого года на 16,5%. Эксперты отмечают рост внутреннего туризма как долгосрочный тренд. Основной объем туристов распределился между пятью регионами: Краснодарский край, Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область. Данные регионы ежегодно привлекают большое количество гостей.

Парадокс развития современного общества заключается в дихотомии глобализации и индивидуализации. Современные путешественники, выбирая место для отдыха, ищут уникальный опыт, сопровождаемый комфортными (общепризнанными) стандартами сервиса.

По данным Мостуризма, поколение миллениалов готово экономить на материальных благах, но не на впечатлениях; 44% опрошенных Virtuoso заявили, что при прочих равных условиях во время поездки предпочли бы пользоваться услугами местных компаний. По данным отраслевого исследования сервиса GetYourGuide, 95% опрошенных готовы тратить часть времени в путешествиях на поиски «нового и уникального опыта», 51% хотят почувствовать себя как местные жители,

а 45% ищут «аутентичных впечатлений». Анализ триггеров совершения поездки констатирует тренд на поиск новых впечатлений, региональной аутентичности. Повышение конкурентоспособности региона возможно за счет создания запоминающегося, уникального бренда. Именно геобрендинг как технология позиционирования и продвижения территории является эффективным инструментом в конкурентной борьбе на межрегиональном уровне.

Геобрендинг как часть маркетинга территории направлен на социально-экономическое развитие территории. Сильный геобренд позволяет привлекать инвестиции, улучшать рыночную конъюнктуру, увеличивать благосостояние населения, снижать отток населения и в результате повышать патриотичность среди местных жителей. Идея устойчивого регионального развития отвечает Национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Государство принимает активное участие в комплексном развитии территорий, но порой этого недостаточно. Целью нашего исследования является изучение стейкхолдеров, необходимых для формирования устойчивого территориального бренда.

Приступая к исследованию качественных характеристик брендинга территории, необходимо определить понятийный аппарат исследования. В научной литературе выделяют две концепции управления развитием территории: маркетинг территории и брендинг территории.

Отечественные авторы определяют маркетинг территории как экономико-географическую категорию, представленную на микро- и мезоуровне и направленную на управление экономикой (города, региона, области и т.д.) с

целью привлечения новых участников рыночных отношений. В зарубежной литературе в качестве синонима дефиниции «маркетинг территории» используется термин «маркетинг места». Ф. Котлер обращает внимание на продвижение как одну из составляющих маркетинга территории, способствующих решению проблем региона и его развитию. Наиболее полное определение маркетинга территории представлено в работах А.П. Панкрухина. Автор рассматривает территориальный маркетинг как инструмент внутреннего и внешнего продвижения и/или изменения отношения к бренду территории [2, 4].

Брендинг территории предполагает создание и развитие территориального бренда – формирование ассоциаций в сознании потребителей, основанных на визуальном, вербальном и поведенческом выражении места для заинтересованных сторон [5, 7]. Говоря языком бренд-менеджмента, бренд территории – это визуальное изображение бренда, направленное на формирование его конкурентной идентичности.

С. Анхальт определил конкурентную идентичность бренда территории, включающую туризм, экспортные бренды, политику, бизнес, инвестиции, культуру и население, с целью донесения представления об аутентичности территории [1, 3].

В настоящее время дефиниция геобрендинга консолидирует в себе бренд как фирменный стиль, визуальное (слоган, логотип) изображение и менеджмент, управление репутацией, имиджем места. В результате этого можно говорить, что геобренд в современной интерпретации имплементирует в себя характеристики маркетинга и территориального брендинга.

Эмпирическое исследование сайтов, страниц в социальных сетях субъектов Российской Федерации выявило тот факт, что региональные геобренды создаются, но не имеют эффективного продвижения. Сделанный вывод был подтвержден результатами опроса, проведенного среди студентов Универ-

ситета «Синергия» с целью определения уровня узнаваемости региональных туристских брендов. В опросе приняли участие 46 студентов кафедры менеджмента в гостиничном и ресторанном бизнесе. Наиболее узнаваемыми среди студентов геобрендами стали следующие (рис. 1).

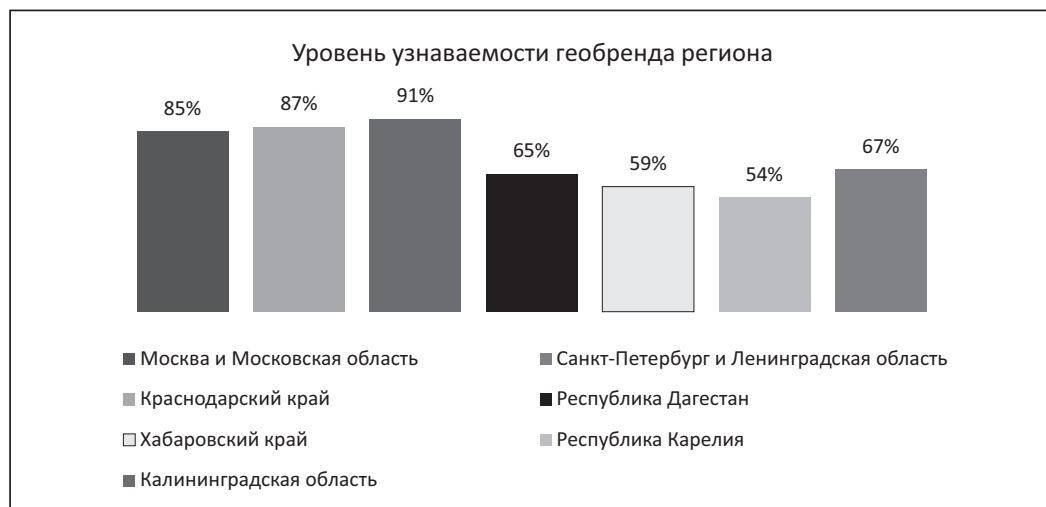


Рис. 1. Узнаваемость территориальных брендов

Результаты опроса обучающихся подтвердили стабильный интерес к регионам-лидерам, таким как Москва, Санкт-Петербург и Краснодарский край. Также в топ по узнаваемости вошли регионы-лидеры по динамике роста турпотока: Республика Дагестан, Карелия, Хабаровский край, Калининградская область. В результате можно сделать вывод о концентрации основной части турпотока на нескольких наиболее известных геобрендах, при этом большая часть территориальных брендов остается малоизвестной для широкой аудитории.

Примером удачного геобренда может служить курортная зона «Горки Город», переименованная во всезонный курорт «Красная Поляна».

Переосмысление позиционирования курорта – от одной из олимпийских локаций в центр горнолыжного отдыха и событийного туризма – позволило развить новую концепцию. Основу позиционирования курорта составляет идея эталонного уровня сервиса, символизирующего качественный отдых в горах. Визуальной идентификацией геобренда «Красная Поляна» служит знакомый всем символ ILY (I love you). Руководством курорта взят ориентир на трансформацию территории курорта в многофункциональный развлекательный кластер с акцентом на ключевой тренд индустрии – событийный туризм. Курортная зона предлагает широкий спектр развлечений для разных аудиторий: спорт, SPA, красота,

гастрономия и др. Результатом продвижения геобренда является ежегодный рост турпотока. В 2023 году он составил 15% (1,3 млн человек), событийные мероприятия привлекли более 100 тысяч человек. Налажена работа с органами власти, проводится активная и системная работа со СМИ. В результате до 50% прибыли курорт получает от дополнительных услуг.

Особенность геобрендинга заключается в невозможности разработки эталонных технологий его формирования. Отсутствует единая классификация подходов к формированию и оценке геобренда. Поиск новых методов формирования имиджа территории может

происходить стихийно или целенаправленно. Данную особенность можно объяснить сложностями создания эффективного бренда. Бренд как инструмент маркетинговых коммуникаций должен «говорить» со всеми – как с местными, так и с приезжими. Помимо этого, геобренд совершенствуется и развивается вместе с обществом и его потребностями.

Проведенный сравнительный анализ подходов к пониманию специфики формирования и развития геобренда как механизма устойчивого развития территории позволил составить модель устойчивого развития геобренда (рис. 2).



Рис. 2. Модель устойчивого развития геобренда [сост. по: 1, 3, 5, 6]

Предложенная модель имеет форму треугольника как символа триединой природы устойчивого геобренда и включает следующие блоки: инструменты дифференциации (landmark), атрибуты (визуальные, вербальные) и управленческий блок.

Первый уровень включает категории, предложенные Ж. Сегела [1] в формуле ДНК территории: история, персоналии, легендарный продукт.

Развивая его идеи, мы предлагаем исследовать следующие компоненты: национальная идентичность, природа, история и мифология, архитектура, локальные (местные) продукты, амбасадоры – все то, что позволяет определить суть геобренда, выявить его уникальность.

Второй уровень отвечает за механизмы формирования единой системы визуальной и вербальной идентич-

ности геобренда: аудиовизуальное и виртуальное представление, реальное осмысление бренда.

Третий уровень – управление. Для устойчивого и долгосрочного развития и позиционирования геобренда необходима слаженная и централизованная работа местных органов власти, бизнес-сообщества и местного населения. Только в этом случае геобренд будет устойчив к неблагоприятным внешним и внутренним факторам.

Таким образом, нами сформулирован авторский подход к формированию устойчивого геобренда. Выявлены бенефициары и определены ключевые компоненты бренда территории. Предложенная модель может быть использована специалистами – бренд-менеджерами. Вопросы классификации подходов разработки брендов, а также подходы к оценке эффективности геобренда остались за рамками нашего исследования и требуют дальнейшего изучения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Геобрендинг: практическая коммуникация в продвижении территорий* / Т. Лебедева, А. Ассадель, Т. Кормановская и др.; Европейский институт публик рилейшнз (IEERP). Париж: EHarmattan, 2014. 248 с.
2. *Ергунова О.Т. Маркетинг территории: учеб. пособие / М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 136 с.*
3. *Лозунова И.В., Зайцева А.С. Теория и практика геобрендинга в современной России на примере Мурманска // Вестник Московского университета. Сер. 21: Управление (государство и общество). 2019. № 3. С. 77–101.*
4. *Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2-е изд., дополн. СПб.: Питер, 2006. 416 с.*
5. *Пьянкова С.Г., Митрофанова И.В., Ергунова О.Т. Геобрендинг как драйвер развития региона в условиях нестабильности. Экономика. Информатика. 2022. Т. 49, № 4. С. 645–660.*
6. *Федотова Н.Г. Культурный код города // Слово.ру: балтийский акцент. 2022. Т. 13, № 4. С. 10–24.*
7. *Makarov P.Yu., Chub A.A. The Impact of Regional Economic Conditions on Place Branding Results: The Survival Analysis Approach // Economy of Regions. 2023. Vol. 19, No. 3. P. 651–667. DOI 10.17059/ekon.reg.2023-3-4.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Арзамасцев К.А. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Е.Н. Трофимов, д-р полит. наук), rector@rmat.ru

Арсений Р.М. – канд. пед. наук, и.о. заведующего кафедрой туризма и гостиничного дела РМАТ, arseniy-roman@mail.ru

Борычева Е.В. – канд. пед. наук, доцент кафедры иностранных языков и зарубежного страноведения РМАТ, info@rmat.ru

Глинкина Д.С. – выпускница бакалавриата АНО ВО РосНОУ по специальности «Экономика» (науч. руководитель – Р.А. Абрамов, д-р экон. наук), rose_of_w@vk.com

Горбачев Ф.А. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Н.Н. Лагусева, д-р пед. наук, профессор), info@rmat.ru

Жидких В.А. – д-р полит. наук, проректор по организационной, правовой и воспитательной работе, декан факультета среднего профессионального образования РМАТ, zva@rmat.ru

Каблуков Е.А. – студент магистратуры Института экономики, управления и права ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (науч. руководитель – Р.А. Абрамов, д-р экон. наук), rose_of_w@vk.com

Клевицкая М.С. – старший преподаватель кафедры педагогики НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»», mklevitskaia@synergy.ru

Королева Л.В. – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного дела РМАТ, info@rmat.ru

Кочетов С.С. – аспирант Российского государственного университета им. Косыгина, Kochetov557344@yandex.ru

Кочетова С.М. – канд. юрид. наук, действительный государственный советник 2-го класса, доцент кафедры гражданского и предпринимательского права Всероссийского университета юстиции, Kosvmi@mail.ru

Круг Э.А. – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры естественно-научных, гуманитарных дисциплин и дисциплин специализации Псковского филиала РМАТ, доцент кафедры управления ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», eleonora_krug@mail.ru

Курносова М.В. – преподаватель факультета среднего профессионального образования РМАТ, info@rmat.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Лагусева Н.Н. – д-р пед. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности РМАТ, laguseva@rmat.ru

Марченко Е.В. – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и экономики РМАТ, marketing-rmat@mail.ru

Николаев Г.Г. – канд. пед. наук, доцент кафедры организации работы с молодежью Института физической культуры, спорта и молодежной политики Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия g.g.nikolaev@urfu.ru

Орловский А.В. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – В.А. Кальней, д-р пед. наук, профессор), alex-orlovski@yandex.ru

Санникова К.М. – обучающийся по программе магистратуры «Управление социальной активностью и профессиональной карьерой молодежи» кафедры организации работы с молодежью Института физической культуры, спорта и молодежной политики Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия k.kharina@molprav66.ru

Смирнов Д.Ю. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – В.А. Кальней, д-р пед. наук, профессор), denis.smirnov01@gmail.com

Суязов В.Н. – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента РМАТ, svk-direktor@yandex.ru

Суязов Н.В. – врач по спортивной медицине ГАУЗ «Московский научно-практический центр медицинской реабилитации, восстановительной и спортивной медицины», svk-direktor@yandex.ru

Тверской А.С. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – В.А. Кальней, д-р пед. наук, профессор), andreytverskoy@gmail.com

Трофимов Е.Н. – д-р полит. наук, профессор, ректор РМАТ, rector@rmat.ru

Узбекова Е.А. – заместитель редактора отдела деловых приложений к «Российской газете», преподаватель кафедры менеджмента и экономики РМАТ, a_uzbekova@mail.ru

Чудайкин И.О. – аспирант РМАТ, начальник управления АО «Альфа Банк» (науч. руководитель – О.А. Кузнецов, д-р тех. наук, профессор), io.chudaykin@yandex.ru

CONTENTS

ECONOMICAL SCIENCE

Suyazov, V.N., Suyazov, N.V. Elaboration of a business model of innovative development of spa and wellness tourism enterprises	3
Arseny, R.M. Reforming the classification system of accommodation facilities in the Russian Federation	9
Marchenko, E.V. Prospects for the development of social entrepreneurship in the regions	16
Chudaikin, I.O. Problems of innovations introduction in the banking sector	20

PEDAGOGICAL SCIENCE

Trofimov, E.N., Zhidkikh, V.A. Personnel for sustainable tourism	27
Kochetova, S.M., Kochetov, S.S. Legal basis of getting higher education in modern conditions	32
Laguseva, N.N., Gorbachev, F.A. Trends and challenges of higher education in the field of tourism	38
Sannikova, K.M., Nikolaev, G.G. Development of a program of educational work with students to form the image of a professional educational organization	44
Borycheva, E.V. Stimulating students' interest in studying a foreign language in modern conditions of society development	51
Tverskoy, A.S. Analysis of the concept "digital educational environment" in psychological and pedagogical research	56
Arzamastsev, K.A. Algorithmic approach to training hotel complex personnel to work with digital technologies	65
Smirnov, D.Yu. International experience in the improvement of qualifications and personnel training of large corporations	68
Orlovsky, A.V. Advancing the nursing medical staff qualification in the conditions of distance medicine development	73
Kurnosova, M.V. Comparative analysis of international models for implementing professional master's training programs	77
Kablukov, E.A., Glinkina, D.S. Application of steam technologies in work on speech development of preschoolers with disabilities	86

CONTENTS

TOURISM STUDIES

Uzbekova, E.A. Modeling the influence of the mass media system on the consumer behavior of tourists	97
Krug, E.A. Analysis of the current state of ecological tourism in the Pskov region	106
Korolyova, L.V. Development of ecological tourism in specially protected nature areas – reserves	115
Klevitskaya, M.S. Formation of a sustainable geobrand to increase the tourism attractiveness of the region	119
About the authors	124
Contents	126
The order of registration and provision of articles	128

ПОДПИСКА

Вестник РМАТ

*Научно-практический журнал,
рассматривающий проблемы современной государственной политики
в сфере туризма, экономики туристической индустрии,
педагогические проблемы профессионального туристского образования
и развития туристической науки*

Рубрики:

- Политология
- Экономические науки
- Педагогические науки
- Туризм

Подписаться на журнал можно в любом почтовом отделении по каталогу «Роспечать»: **индекс 70032**

Розничная продажа журнала производится в библиотеке Российской международной академии туризма по адресу: г.о. Химки, мкр-н Сходня, ул. Горького, 7.

ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ

В редакцию предоставляются:

1. Текст статьи, включая аннотации, рисунки, таблицы, библиографический список авторов и сведения о них, подготовленный на компьютере и распечатанный на белой бумаге формата А4 с четким и ясным шрифтом в двух экземплярах.

2. Электронный вариант статьи, подготовленный на IBM PC в формате MS Word for Windows. Для иногородних авторов допускается передача электронного варианта статьи по e-mail редакции.

3. Экспертное заключение, подготовленное доктором, или кандидатом наук, или специалистом в исследуемой области.

Статья должна быть подписана всеми авторами.

Ориентировочный объем публикации – 10 страниц.

Первая страница статьи оформляется следующим образом:

инициалы, фамилия автора; название статьи; краткая (не более 7 полных строк) аннотация и ключевые слова. Все перечисленные позиции – на русском и английском языках. Далее следует текст статьи.

Материалы статьи формируются

в текстовом редакторе MS Word (версий 6.0 и более поздних) и предоставляются в стандартном формате DOC или кросс-формате RTF.

Формат А4; размеры полей: левого, правого, верхнего, нижнего – по 2 см. Шрифт Times New Roman размером 14 pt. Межстрочный интервал – полуторный (1,5).

Нумерация страниц обязательна.

Таблицы. Названия строк и столбцов таблицы и ее заголовок должны быть краткими, но без сокращений. Таблицы должны быть обязательно упомянуты в тексте.

Иллюстрации. Векторные рисунки представляются в формате файла WMF (Windows Metafile). Текст и линии на рисунке должны быть редактируемыми (текст не «в кривых»).

Полутонные рисунки (фотографии) могут быть представлены в формате TIFF (без компрессии).

Использование MS Word не допускается.

Рисунки должны быть упомянуты в тексте, пронумерованы и иметь название.

Библиографический список

приводится в конце статьи и оформляется согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»; не должен превышать 15 названий. Нумерация источников в алфавитном порядке; ссылки даются в квадратных скобках.

Список авторов со сведениями о них оформляется отдельным файлом.

Необходимо указать: фамилию, имя, отчество полностью (на русском и английском языках); ученую степень, ученое звание, должность; место работы; контактный телефон, e-mail.

Для аспирантов указывается научный руководитель.

Электронная почта:
vestnik-rmat@yandex.ru



Осуществляет набор
по направлению
подготовки МАГИСТРОВ
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

ПРОФИЛЬ:

УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА



Магистерская программа включает дисциплины:

НАПРАВЛЕНИЕ «МЕНЕДЖМЕНТ» (1 курс)

- Философия науки управления
- Профессиональный иностранный язык
- Концептология устойчивого развития территорий
- Управленческая экономика
- Инновационные технологии межличностного взаимодействия в кросс-культурной среде
- Теория организации и организационное поведение
- Инвестиционный анализ и финансирование проектов
- Методы исследований в менеджменте
- Современный стратегический анализ
- Информационные технологии в проектной деятельности
- Современные коммуникации в бизнесе на английском языке

ПРОФИЛЬ (2 курс)

- Психология управления
- Правовое регулирование устойчивого развития туризма
- Бизнес-процессы предприятий туризма и индустрии гостеприимства
- Маркетинг и коммуникации в туризме и гостеприимстве
- Стратегическое управление устойчивым развитием туристских территорий и предприятий туристской индустрии
- География и региональная экономика сферы туризма
- Управление проектами устойчивого развития гостиничных предприятий/ Управление проектами устойчивого развития туристских предприятий/ Управление проектами устойчивого развития предприятий питания
- Зарубежный опыт государственного и муниципального управления туристскими дестинациями
- Управление качеством и потребительским опытом в сфере туризма

ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК, РАССРОЧКА,
КРЕДИТ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКОЙ

rmat.ru

Приемная комиссия РМАТ

141420, Московская область, г. Химки,
мкр. Сходня, ул. Горького, д. 7
e-mail: priemkom@rmat.ru magistr@rmat.ru

Тел.: +7 (916) 99 44 55 3
+7 (916) 412 44 55
+7 (495) 574 01 32



