ТУРИЗМ: НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ

Материалы
VIII Международного форума

Трансформация системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с потребностями современного рынка

Московская область, г.о. Химки
8 апреля 2025 г.

Москва
Университетская книга
2025

УДК 37:615.834
ББК 74:53.54
Т86

Под научной редакцией
Н.Н. Лагусевой,
доктора педагогических наук, профессора

Т86 Туризм: наука и образование : материалы VIII Международного форума «Трансформация системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с потребностями современного рынка». Московская область, г.о. Химки, 8 апреля 2025 г. / под науч. ред. Н.Н. Лагусевой ; Российская международная академия туризма. – Москва : Университетская книга, 2025. – 404 с. – ISBN 978-5-98699-437-6

Представлены выступления и статьи участников VIII Международного форума «Туризм: наука и образование», посвященного проблеме трансформации системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства. Освещаются вопросы, связанные с методикой и технологиями профессионального туристского образования в условиях трансформации национальной системы образования; направлениями научных исследований в экономике туризма, менеджмента; развитием ДПО в области туризма и гостеприимства в качестве реализации Национального проекта «Туризм и гостеприимство» и др. Статьи выполнены в рамках сложившихся в РМАТ научных школ.

Для научных работников, специалистов туристской отрасли и санаторно-курортного комплекса, студентов, магистрантов и аспирантов туристских вузов.

УДК 37:615.834
ББК 74:53.54

ISBN 978-5-98699-437-6

© Российская международная академия туризма, 2025
© Оформление. РМАТ, Университетская книга, 2025

ВЫСТУПЛЕНИЯ И ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ

Е.Н. Трофимов,
ректор Российской международной академии туризма,
д-р полит. наук

УДК 37:338.48

Трансформация системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с потребностями современного рынка: новации, инновации или опыт прошлого?

1. Потребности отрасли туризма и гостеприимства в кадрах

Некоторые итоги реализации Национального проекта за 2024 год

Уважаемые коллеги! Сегодня мы уже можем сказать, что в России начинается трансформация системы туристского образования.

С учетом реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» потребность в кадрах составит к 2035 году от 400 тыс. человек: 320 тыс. сотрудников потребуется для гостиничной сферы и 80 тыс. – для туристской. Индустрии нужны работники турагентств и туроператоры, сотрудники отелей, а также гиды, инструкторы-проводники, экскурсоводы, работники общепита.

«С учетом динамичного развития таких туристских центров, как Алтай, Камчатка, Кузбасс, Северный Кавказ, Карелия, Русский Север, до 2030 года турпоток должен практически удвоиться, до 140 миллионов человек в год. При этом вклад туризма в ВВП России вырастет вдвое – до 5%», – заявил Президент России Владимир Путин.

Результаты реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2024 году таковы:

© Трофимов Е.Н., 2025

• по итогам 2024 года количество турпоездок составило около 92 млн;

• в июле 2024 г. зафиксирован исторический максимум количества туристских поездок в месяц – 10 млн;

• объем инвестиций бизнеса в развитие индустрии – более 377 млрд руб.;

• более 73 тыс. бюджетных мест выделено в колледжах и вузах для студентов по специальностям в индустрии туризма и гостеприимства;

• три отраслевых центра подготовки создано в 2023–2024 годах, более 4,3 тыс. специалистов индустрии прошли программы переподготовки и повышения квалификации;

• валовая добавленная стоимость туристской индустрии составила 2,8%;

• по данным всероссийского интернет-опроса, в 2024 году турпоездки по России совершали 41% респондентов.

Более разнообразными становятся и форматы отдыха, отмечают эксперты. В июле 2024 года одними из самых популярных стали гастрономический туризм, экотуризм, автомобильный туризм и отдых в глэмпингах.

Согласно всероссийскому опросу:

на первом месте по популярности – пляжный отдых на море (91%);

на втором – культурно-познавательные поездки (87%);

на третьем – отдых лечебно-оздоровительный (82%);

на четвертом – морские и речные круизы (81%);

на пятом – гастрономический туризм как популярный вид путешествий (71%);

за ним с небольшим отставанием следуют экотуризм (65%);

автотуризм (62%);

отдых в глэмпингах (62%);

ознакомительные туры по винодельческим хозяйствам (54%);

пешеходные туры (53%);

горный туризм (50%).

Дефицит кадров в области туризма, гостеприимства наблюдается повсеместно в России, однако есть регионы, в которых традиционно спрос на рабочие кадры выше среднего. По данным hh.ru (хэнд хантера), лидерами по количеству вакансий в индустрии являются Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Краснодарский край. Это связано с высокой экономической активностью в данных регионах и плотностью населения.

Статистические данные по занятости в сфере туризма из разных источников расходятся. По информации Росстата в отрасли занято около 1,1 млн человек.

С 1 марта 2025 года вступил в силу обновленный нацпроект «Туризм и гостеприимство», в котором заявлены 5 федеральных проектов.

• Первый проект – «Создание номерного фонда, инфраструктуры и точек притяжения».

• Второй – отдельный проект по развитию круглогодичных морских курортов. Планируется, что проект «5 морей и озеро Байкал» обеспечит дополнительный турпоток в 10 млн туристов в год.

• Еще один федеральный проект – «Производство отечественной продукции для туристской индустрии», который будет направлен на создание отечественного оборудования и снаряжения в отрасли.

• Федеральный проект «Туристическая привлекательность страны» поспособствует повышению привлекательности туризма, продвижению его внутри страны и за ее пределами, созданию цифровых сервисов для туристов.

• Пятый федеральный проект «Кадры для туризма» посвящен подготовке собственных опытных специалистов и формированию профстандартов в рамках туротрасли.

Реализация всех этих проектов невозможна без подготовленных квалифицированных специалистов.

Наша Академия находится на территории региона Московской области, и мы знаем, что Московская область – в числе лидеров по количеству туристов, гостиниц и номеров.

Московская область испытывает значительную потребность в туристских кадрах. По данным на 2024 год, отрасли требуется не менее 6 тыс. новых квалифицированных специалистов, а с учетом строящихся туристских объектов эта цифра может увеличиться.

Всего в гостиничной и туристской сфере в Подмосковье сейчас работают 53 000 человек. На ее территории 1300 отелей, загородных баз и домов отдыха. Номерной фонд региона составляет более 187 000 мест.

На сегодняшний день специалистов сферы туризма и гостеприимства в регионе Подмосковья обучают в 14 колледжах и 5 вузах.

В 2023 году на базе Красногорского колледжа в рамках федерального проекта «Профессионалитет» был создан кластер среднего профобразования, в который вошли 8 колледжей и 3 предприятия.

В Московской области наиболее востребованными профессиями в туристской индустрии являются: менеджер по туризму, гид-экскурсовод, PR-менеджер, специалисты по приему и размещению.

2. Трансформация системы подготовки специалистов: общие подходы

Эксперты из сферы туризма и высшего образования выделили три перспективных направления решения кадрового вопроса: это повышение престижа индустрии гостеприимства, изменение системы обучения специалистов, а также новый подход к привлечению и удержанию сотрудников в отрасли.

Выделяют 3 сегмента в кадровой структуре сферы туризма и гостеприимства:

- высший (165 тыс. человек) – имеют высшее образование, в основном руководители подразделений – 15%;
- средний (274 тыс. человек) – большинство имеют СПО – 25%;
- инфраструктурный (661 тыс. человек) – преимущественно без квалификации – 60%.

Наиболее значительный вклад в «ядро» кадров для туризма и сервиса вносится системой среднего профессионального образования. Преимуществом обучения в колледже являются и сроки обучения, и ориентация на конкретные навыки. Низкая теоретичность СПО по сравнению с программами высшего образования отвечает на запросы работодателей.

Эксперты говорят, что одной из главных проблем сегодня становится рассогласование растущей роли и значения индустрии туризма и гостеприимства и реального состояния кадровой составляющей отрасли.

Система профессионального образования для туристской отрасли в России представлена значительным количеством учебных заведений: 250 вузов и 1,5 тыс. колледжей, в которых в 2024 году обучались 330 тыс. студентов. Выпуск по направлениям «Поварское и кондитерское дело» и «Гостиничное дело и туризм» за 2020–2022 годы вырос более чем в два раза. В высшем образовании количество выпускников по специальностям «Туризм», «Гостиничное дело» и «Сервис» остается стабильным.

Новая модель высшего образования

С сентября 2027 года Министерство науки и высшего образования планирует ввести в действие новую модель высшего образования. Что же изменится?

Вводится новый единый уровень – высшее образование (базовое). Новая модель обеспечит подготовку полноценных специалистов в один такт. Например, это будет квалифицированный «учи-

тель математики», «юрист в области гражданского права» и так далее. Чтобы, открывая диплом, работодатель сразу понимал, какого специалиста, с какой квалификацией подготовил вуз.

Сроки образования. Для большинства ключевых специальностей – инженеров, врачей, учителей – срок обучения составит 5 лет. Будут и более короткие программы, например, для сферы туризма и индустрии гостеприимства – 4 года, хотя выпускники будут также выходить специалистами.

Магистратура (специализированное) – становится уровнем получения специализированных углубленных знаний для тех, кто имеет практический опыт. Она будет сосредоточена в вузах и научных институтах, где для этого есть соответствующие кадры и учебно-материальная база.

Изменится место *аспирантуры*. Из третьей ступени высшего образования, как сейчас, она станет отдельным видом профессионального образования, нацеленным на подготовку научно-педагогических и научно-исследовательских кадров. Главным критерием эффективности будет успешная защита диссертации.

3. Основные направления и необходимые условия реализации новой модели подготовки кадров в рамках единой концепции подготовки кадров для сферы туризма на примере РМАТ

Многое из того, что сейчас предлагается и обсуждается как новое и инновационное, на самом деле не один год реализуется, например, в нашей Академии, 55-летний опыт которой может быть использован туристскими вузами России.

«Бесшовное» обучение и преемственность программ среднего профессионального и высшего образования в рамках одной укрупненной группы

Министерство просвещения выдвинуло инициативу по проведению эксперимента по ускоренной подготовке *специалистов для туротрасли* с получением сразу двух дипломов: о среднем профессиональном и высшем образовании (более короткий срок обучения).

Цель эксперимента – сократить дефицит квалифицированных кадров в туротрасли, который составляет около 30% от общего количества профессиональных работников. Также эксперимент направлен на повышение качества и актуальности образования по направлениям туризма и сервиса, а также на увеличение количества выпускников, готовых к работе в отрасли.

Если это рассматривается как новый подход, то мы давно уже «впереди планеты всей» в этом вопросе.

В Академии с момента открытия факультета СПО поступательно наращивается количество программ по специальностям, соответствующим направлениям подготовки на факультете высшего образования (бакалавриат, специалитет) в рамках одной укрупненной группы специальностей, для того чтобы выпускники СПО могли плавно переходить на программы ВО и сокращать срок обучения на бакалавриате на один год. Таким образом, студент за меньший срок (минимально – 4 года 10 месяцев) получает два диплома, две специальности ВО и СПО и, соответственно, две квалификации.

Такой подход мы применяем не только по программам туризма и гостеприимства, но и по другим направлениям.

Практико-ориентированное обучение

Со стороны индустрии туризма и гостеприимства (работодателей) есть запрос на радикальное повышение практико-ориентированности подготовки специалистов и внедрение в образовательные программы как среднего профессионального, так и высшего образования – до 70% практики.

Практико-ориентированное обучение в Академии осуществляется в рамках учебных планов, соответствующих федеральным государственным образовательным стандартам. Это: выездные практические занятия, все виды практик (учебная, производственная) и стажировки на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.

Но сейчас мы пересматриваем учебные планы для создания системы *концентрированных практик,* которые позволяют сосредоточить все часы по практикам, например за два года обучения, в одном определенном периоде. И тогда практика может продолжаться два – три месяца. Это дает студенту возможность полного погружения в профессиональную деятельность и отработки необходимых профессиональных компетенций под руководством опытного наставника.

Одной из восстановленных и эффективных форм взаимодействия предприятий и вузов стало создание базовых кафедр. Сейчас это модно называть *«кейсом дуальной модели обучения».* Но мы с вами прекрасно знаем, что базовые кафедры были и тогда, когда еще мы с вами учились в вузах, и позже. Сущность данной формы не изменилась и заключается в создании образовательными организациями высшего образования кафедр и иных структурных подразделений, обеспечивающих практическую подготовку обучающихся

на базе иных организаций, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

Таким образом, студенту предоставляется возможность освоить конкретные производственные технологии на базе предприятия (базовой кафедре), не отрываясь от учебного процесса, и именно такая тесная связь с работодателями, а также обучение в реальных или близких к реальным производственных условиях обеспечивает полноценную практико-ориентированность обучения.

Такая базовая кафедра была создана в 2018 году Академией в санатории «Виктория» Пушкинского района Московской области. В течение каждого учебного года около 90 студентов среднего профессионального образования по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело», «Туризм и гостеприимство» и направлений бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» проходят там практическое обучение. При этом они еще получают и заработную плату.

Стажировки, как форма практического обучения студентов, также не являются чем-то принципиально новым для Академии, в том числе и зарубежные. Зарубежные практики и стажировки более чем в 10 странах мира уже на протяжении 20 лет являются для студентов Академии привычным способом приобретения и развития профессиональных компетенций в сфере туризма и гостеприимства, приобретения опыта межкультурных коммуникаций, овладения иностранными языками в процессе непосредственного общения с их носителями.

Конечно, социально-политические события последних лет внесли корректировку в данное направление: сменилась ориентация направлений стажировок студентов со стран Европы на страны Азии и Ближнего Востока, повысились требования не только к владению студентов английским языком, но и другими, например китайским.

Практико-ориентированность в подготовке специалистов опирается еще и на привлечение к образовательному процессу представителей из отрасли. Так, на кафедре туризма и гостиничного дела преподают 12 представителей отрасли, занимающих различные должности: генеральный директор ООО «РОДЭНА ТРЕВЕЛ» (Турагентство “Coral travel Elite service”, “Anex tour”, Зеленоград); коммерческий директор туристской компании ООО «А-ля Карт»; заместитель заведующего организационно-методического отдела, врач по гигиеническому воспитанию ФБУЗ «Центр гигиенического образования населения» Роспотребнадзора; заведующая отделением гигиенического образования населения и пропаганды здорового образа жизни, врач по гигиеническому воспитанию ФБУЗ «Центр

гигиенического образования населения» Роспотребнадзора; Управляющая парк-отелем «Актёр Руза»; маркетолог по работе с отелями, компания Bronevik.com/MTC Travel; генеральный директор турагентства “Belmare”; руководитель департамента коммуникаций и связей с общественностью международного туроператора “LOTi”, руководитель направления реализации образовательных проектов АНО «Больше, чем путешествие»; руководитель турагентства «Касабланка» и др.

Также в Академии организуются мастер-классы, бизнес-форумы выпускников с участием топовых представителей туристского, ресторанного и гостиничного бизнеса для проведения встреч со студентами среднего профессионального и высшего образования.

Два диплома – две специальности. Программы двух квалификаций. Дополнительные квалификации

Сегодня, чтобы стать более конкурентным специалистом, обучаясь в системе высшего образования, одновременно можно получить две специальности (два диплома) следующим образом:

- обучаясь в одном вузе по двум образовательным программам одновременно;
- обучаясь в двух российских вузах одновременно;
- обучаясь в российском и зарубежном вузах одновременно.

Осваивать вторую специальность можно параллельно с первой или с отставанием на 1–3 года.

Примеры одновременного обучения по двум специальностям в Академии имеются, но их не так много. Несколько студентов обучались по направлению «Туризм» и «Юриспруденция» и получили два диплома. Обучение на втором направлении происходило со значительной скидкой по оплате. Также получат два диплома и студенты по специальности «Таможенное дело», которые обучаются сейчас одновременно по направлению «Юриспруденция».

Что касается получения двух дипломов, один из которых подтверждает обучение по международной программе, то в Академии (в Московском филиале) с 2010 года реализуется программа международного гостиничного менеджмента совместно с Высшей школой гостиничного менеджмента Группы «Ватель» (Франция, Леон).

События двух последних лет привели к тому, что многие международные программы в вузах прекратили свое существование на неопределенный период. Так могло произойти и с этой программой. Но усилия руководства Академии по ее сохранению увенчались успехом, и Министерство науки и высшего образования

дало разрешение на реализацию международной программы до 2032 года.

На этом основании 12 марта 2025 года в старинном замке «Лакруа-Лаваль» (Франция) было подписано Дополнительное соглашение к Лицензионному договору между РМАТ и Группой «Ватель». С российской стороны документ был подписан ректором Академии Е.Н. Трофимовым, наделенным всеми полномочиями для совершения этого действия, а с французской стороны документ подписала Карин Бензазон, президент Группы «Ватель».

Стороны в этом документе согласовали новое определение срока Договора и длительность его действия. Действие Договора – до 21 февраля 2032 года. Таким образом, в течение ближайших 7 лет студенты имеют возможность учиться по совместной программе «Ватель-РМАТ», полностью используя все ее возможности.

В настоящее время мы заключили договор о сотрудничестве с Институтом гостиничного менеджмента им. Гуру Нанака (Индия, Калькутта).

Первая группа студентов РМАТ уже выезжала в Индию для участия в Зимней школе согласно подписанному соглашению, а летом к нам приедут студенты из Индии.

В планах Академии и руководства Института гостиничного менеджмента им. Гуру Нанака – разработать совместную международную программу для получения двух дипломов.

В Минобрнауки России представили новые модели образовательных программ, которые дают опцию получения диплома с двумя квалификациями, а также отдают приоритет практической подготовке.

Чтобы получить две квалификации, обучаясь в вузе, нужно учитывать следующие моменты:

- С 1 сентября 2021 года вузы получили право разрабатывать образовательные программы, позволяющие студентам одновременно получать две квалификации.
- Новая модель предполагает бесплатное (для государственных вузов это актуально) сопряжение нескольких квалификаций по одному уровню образования: бакалавриат-бакалавриат, магистратура-магистратура, специалитет-специалитет.

Присвоение выпускнику сразу двух квалификаций – один из эффективных механизмов взаимодействия вузов с реальным сектором.

Кроме того, модель позволяет студентам охватить еще больше профилей за счет дополнительного образования: учитывается со-

вмещение по уровню и дополнительно встраиваемому модулю дополнительного профессионального образования либо дополнительно встраиваемому модулю профессионального обучения.

Система дополнительного образования в Академии развивается на Центральных туристских курсах, но, к сожалению, студенты практически ее не используют для повышения своей конкурентоспособности при выпуске из Академии. Здесь есть над чем работать.

Таким образом, двойная квалификация относится к получению двух профессий, а двойная специальность – к обучению по двум различным направлениям, каждое из которых ведет к получению отдельного диплома.

Трудоустройство

Туристский бизнес ждет от образования активизации деятельности, связанной с увеличением заинтересованности выпускников в трудоустройстве по специальности. Для этого необходимы усилия по созданию реалистичных представлений о построении карьеры в индустрии туризма и гостеприимства, а также поддержка раннего трудоустройства по профессии / специальности. Например, создание гибких условий для трудоустройства за счет перевода студентов на индивидуальные учебные планы при трудоустройстве по профессии на предприятие-партнер во время обучения.

Такой опыт в Академии также имеется. Примерно 10–12 процентов студентов СПО и ВО воспользовались возможностью построения индивидуальной траектории обучения и на основе индивидуальных учебных планов и гибридного обучения выстраивают свою карьеру в различных сферах деятельности по профилю своей специальности или направления подготовки, в том числе в туризме и гостеприимстве, не отрываясь от учебного процесса.

В обществе до сих пор существует стереотип, будто работа в туризме – это временная занятость или низкооплачиваемая деятельность, что влияет на решение молодых людей выбирать эту профессию. На самом деле в этой отрасли востребованы специалисты с высоким уровнем подготовки, знанием иностранных языков, навыками работы с клиентами и технологиями.

Погружение в профессию и формирование ее привлекательного образа у будущих студентов туристских вузов и колледжей необходимо начинать с довузовской подготовки.

Чтобы повысить престиж профессий в сфере туризма и гостеприимства постараться нужно не только системе образования, но

и самим работодателям. Нужно использовать все имеющиеся механизмы и стратегии:

• *Использование медиа и кино:* Привлекать внимание к индустрии через медиа и кинопроекты, демонстрирующие привлекательность и разнообразие профессий в туризме.

• *Улучшение условий труда:* Повышать зарплаты и предлагать стабильную занятость, а не сезонную, чтобы сделать профессии более привлекательными для молодых специалистов.

• *Современное образование:* Внедрять модульные системы обучения, включать практические стажировки и адаптировать учебные программы к региональным потребностям.

• *Корпоративное обучение и карьерные возможности:* Предоставлять возможности для постоянного обучения и карьерного роста, чтобы удерживать сотрудников в отрасли.

В туристской отрасли постоянно возникают новые виды туризма, которые требуют создания новых профессий, связанных с технологиями и индивидуализацией услуг, например:

• *режиссер индивидуальных туров* – разрабатывает и организует уникальные путешествия по запросу клиентов;

• *консьерж робототехники* – управляет роботами в гостиничном бизнесе;

• *разработчик интеллектуальных туристских систем* – создает автоматизированные сервисы для туристов;

• *дизайнер дополненной реальности* – вписывает слои реальности в контекст географии и культуры.

Потребуется подготовка специалистов с необходимыми для этих профессий компетенциями, а также пересмотр перечня профессий в сфере туризма и гостеприимства в ближайший год, что следует из данных, озвученных на заседании Национального экспертного совета по развитию кадрового потенциала в сфере туризма и гостеприимства (21 марта этого года). Планируется убрать профессии-анахронизмы и добавить новые, отвечающие современным запросам.

Возникла необходимость дополнить перечень профессий для профессионального обучения (приказ Минпросвещения России № 534 от 14.07.2023) следующими востребованными специальностями:

• Сопровождающий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья;

• Консьерж (с расширенным функционалом);

• Администратор службы приема и размещения (портье категории «люкс»).

На заседании подгруппы «Кадры в индустрии туризма» Комиссии Государственного совета Российской Федерации по направлению «Туризм» (31 марта этого года) было принято решение рекомендовать Министерству науки и высшего образования Российской Федерации, Министерству просвещения Российской Федерации при участии учреждений среднего профессионального образования, высших учебных заведений:

а) введение новых направлений подготовки, таких как:
– «Управление устойчивым туризмом»;
– «Цифровая трансформация в туризме и гостеприимстве»;
– «Международный туризм и культурное наследие»;
б) разработку профилей:
– «Цифровой маркетинг в туризме»;
– «Управление гостиничными сетями»;
– «Управление развитием туристских территорий».

4. Региональная составляющая

Среди основных предложений Министерства науки и высшего образования прозвучала мысль о необходимости создания условий для подготовки туристских кадров с высшим и средним специальным образованием в регионах, где такая подготовка сейчас практически отсутствует.

К этому привела акция того же Министерства науки и высшего образования, связанная с закрытием филиалов туристских вузов в регионах. Например, филиалов нашей Академии. Из 36 на 2013 год у нас сохранилось в регионах на сегодняшний день 6 филиалов, в том числе один за рубежом (Армянский): один в Пскове, один в Казани, один в Москве и два в Подмосковье.

Целесообразность акции и тогда была под большим вопросом, а сейчас мы видим, что отсутствие квалифицированных кадров в регионах, знающих специфику своего региона, обладающих необходимыми компетенциями для развития внутреннего туризма с учетом ресурсов региона, приводит к тому, что строить есть где и на что, а кто все это будет реализовывать – большой вопрос, так как если начать сейчас открывать филиалы туристских вузов или колледжи в регионах, специалистов мы получим только через 3–5 лет.

5. Точки роста туристского вуза

Основная задача сегодня, на наш взгляд, состоит в том, чтобы разработать концепцию подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства с учетом всех аспектов и предложений как отрасли, так и системы образования, чтобы туристские вузы максимально эффективно смогли подготовить необходимое количество квалифицированных кадров.

Точками роста туристского вуза на сегодняшний день можно назвать следующие:

1. В условиях растущего спроса на линейный персонал и новые компетенции в сегменте управленцев для вузов открываются новые возможности для разработки и реализации программ дополнительного профессионального образования и профессионального обучения под потребность предприятий «здесь и сейчас».

2. Вузам и бизнес-сообществам необходимо объединиться для подготовки узкоспециализированных курсов для получения практических навыков и подготовки к конкретным задачам различных компаний в условиях дефицита не только линейного, но и руководящего персонала.

3. Чтобы учить студентов с востребованным набором компетенций, необходимо уйти от модели догоняющего образования. В качестве эффективных инструментов для ускорения процесса обучения и повышения его качества разработать модульную систему обучения, гибкое планирование производственных практик, создание учебных гостиниц, базовых кафедр, а также расширить участие колледжей, в том числе и негосударственного сектора, в федеральном проекте «Профессионалитет».

4. Целевое обучение – это обучение «под заказ» работодателя с последующим трудоустройством в данную организацию. Во время такого обучения работодатель берет на себя расходы за образование студента, а также зачастую выплачивает дополнительную стипендию и предоставляет место для прохождения практики. После окончания колледжа или вуза на основе договора о целевом обучении выпускнику необходимо отработать от 3 до 5 лет у работодателя, под заказ которого осуществлялась подготовка. Целевое обучение специалистов для сферы туризма и гостеприимства должно стать системным и опираться на реальные потребности отрасли.

5. Погружение вузовских педагогов в проблемы и современные тенденции развития отрасли, в создание востребованного работода-

телями пула компетенций возможно через организацию стажировок преподавателей на предприятиях отрасли. Это требует определенных затрат со стороны вуза (или государства), но, тем не менее, вопрос может быть решен положительно.

6. Ни в одной отрасли нельзя ждать успеха, если не стимулировать развитие научной и инновационной деятельности, не поддерживать научно-популярные проекты и мероприятия в сфере туризма и гостеприимства, а также не повышать квалификацию преподавателей и научных сотрудников. Поддержка стартапов, работающих над инновационными туристскими продуктами и услугами, с целью их масштабирования и выхода на новые рынки в отрасли и студенческих стартапов и проектов, направленных на развитие туризма и гостеприимства, необходимы для прогресса в отрасли.

7. Трехстороннее взаимодействие государства, образования и бизнеса увеличит возможности эффективной подготовки кадров и организации стажировок студентов и педагогов.

8. Проведение ежегодных опросов работодателей с целью получения информации о том, какие выпускники им нужны. Основные критерии такого опроса: удобство и возможность быстрого ответа представителей разных предприятий и учреждений одновременно. Такие опросы в Академии проводятся уже не первый год, но кардинально перестроиться под запросы работодателей не всегда возможно.

9. Использование дуального обучения. Дуальное обучение – формат обучения в профессиональном образовании, в котором значительная роль в процессе подготовки отводится работодателю. Ключевые принципы дуального обучения: 1) активное участие работодателя в формировании образовательной программы; 2) увеличение практической части обучения в реальных производственных условиях или условиях, максимально приближенных к реальным. Работодатель в дуальной модели предоставляет площадку для реализации практического обучения; 3) работодатель выступает в качестве участника образовательного процесса, предоставляя наставника – квалифицированного работника, курирующего обучение студента на предприятии. Отличием от традиционной практики при этом является активная позиция работодателя в определении содержания практики, а не выполнение плана, выданного образовательной организацией.

10. Современная индустрия туризма активно использует цифровую технологию, онлайн-бронирование, систему управления гости-

ницами, CRM-системы, Big Data для анализа спроса, что требует включения этих тем в программы среднего специального и высшего образования.

Мы надеемся, что использование в образовании имеющегося у туристских вузов опыта эффективной подготовки специалистов, совмещенного с потребностями отрасли и инновационными технологиями, позволит решить многие проблемы, связанные с подготовкой кадров для развития туризма и гостеприимства в России.

Спасибо за внимание!

А.Е. Трофимов,
вице-президент – директор департамента продаж и рекламы
АО «ЦСТЭ» (холдинг)

УДК 37:614.2

Практико-ориентированный подход к подготовке и повышению квалификации кадров санаторно-курортного предприятия (на примере АО «ЦСТЭ» (холдинг))

На состоявшемся в конце марта первом заседании Национального экспертного совета по развитию кадрового потенциала в туризме министр экономического развития России Максим Решетников отметил: «…Отрасль стремительно развивается – продолжается строительство отелей, парков развлечений, горнолыжных трасс и других точек притяжения туристов. И, конечно, все это потребует новых сотрудников. У бизнеса уже сейчас есть запрос на большее количество квалифицированных кадров высшего и среднего звена…». По его оценкам, «…до 2030 года необходимо подготовить более 160 тысяч специалистов для туристической сферы…».

Многие эксперты называют даже большие цифры.

В своем докладе я хочу поделиться некоторыми подходами к подбору и обучению кадров в санаториях – филиалах АО «ЦСТЭ» (холдинг).

© Трофимов А.Е., 2025

В структуру АО «ЦСТЭ» (холдинг) входит головное подразделение, гостиница «Озерковская» и три филиала – санатории, расположенные в самых востребованных курортных регионах России:

- санаторий «Виктория», г. Кисловодск (319 номеров на 598 мест);
- санаторий «Светлана», г. Сочи (234 номера на 468 мест);
- санаторий «Виктория», г.о. Пушкинский (205 номеров на 360 мест).

Численность работающих в АО «ЦСТЭ» (холдинг) по состоянию на 1 марта 2025 года составила 926 человек, в том числе: в головной организации – 82 человека, в кисловодском филиале – 443 человека, в пушкинском филиале – 199 человек и в сочинском филиале – 202 человека.

Среди работающих в филиалах около 40% составляет медицинский персонал, 12% – административный аппарат, остальные – работники сферы обслуживания и пищеблока (28 и 20% соответственно).

Если говорить о проблемах с кадрами в наших филиалах, то в каждом регионе они имеют свою специфику.

Наиболее стабильная ситуация с кадрами в кисловодском филиале – санатории «Виктория». Сложнее всего здесь найти грузчиков, дворников, электриков, кухонных рабочих – это низкоквалифицированные кадры с физически тяжелой работой и невысокими зарплатами. Этим и обусловлена текучка этих позиций – где больше платят на данный момент, туда они идут работать.

В сочинском филиале – санатории «Светлана» одна из сложных кадровых позиций – повара, особенно в летний сезон. Это связано с графиком работы, а именно с ранним началом смен в санатории. Поэтому повара предпочитают работу в отелях и ресторанах.

Наиболее сложная кадровая ситуация в нашем подмосковном филиале – санатории «Виктория». Санаторий находится в 37 км от Москвы, и, безусловно, мегаполис со своими высокими зарплатами забирает наиболее ценные кадры.

При подборе кадров и их обучении в Холдинге применяется практико-ориентированный подход. Обучение выстраивается не на вымышленных кейсах, условно воспроизводимых в учебных аудиториях, а путем участия обучающихся в реальном производственном процессе и выполнении соответствующих профессиональных функций, позволяющих им осваивать и развивать свои профессиональные компетенции.

Еще в XVIII веке французский мыслитель эпохи Просвещения Жан-Жак Руссо сказал: «Час работы научит больше, чем день объяснения…».

Помимо традиционных каналов для подбора кадров, таких как кадровые агентства, специализированные сайты, ярмарки вакансий, сотрудничество с региональными Центрами занятости, объявлениями в региональных СМИ и социальных сетях, в наших санаториях проводится системная работа с учебными заведениями.

К примеру, кисловодский санаторий «Виктория» очень тесно сотрудничает с учебными заведениями, расположенными в городе. На базе санатория практические занятия проходят студенты ФГБПОУ МЗ РФ «Кисловодский медицинский колледж» по специальностям «Лечебное дело» и «Сестринское дело». Ежегодно практику проходят 6 групп студентов, в среднем по 12 человек, в том числе осуществляется и государственная практика. Всего с начала сотрудничества в 2018 году практику в санатории прошли 432 студента. На сегодняшний день в санатории «Виктория» работают 87 выпускников Кисловодского медицинского колледжа.

Такое же взаимодействие развивается с ГБПОУ «Кисловодский государственный многопрофильный техникум». Всего с начала сотрудничества в 2018 году практику в санатории прошли 72 студента специальностей «Гостиничное дело», «Повар». В настоящий момент выпускники техникума работают в нашем санатории поварами и кондитерами.

Подобная практика сотрудничества с учебными заведениями реализуется и в Сочи. Санаторий предоставляет площадку для прохождения практики студентам Сочинского медицинского колледжа, Университетского экономико-технологического колледжа, Сочинского колледжа политкультурного образования и Сочинского профессионального техникума, а выпускники впоследствии работают в нашем санатории.

Подробнее хочу остановиться на подмосковном филиале – санатории «Виктория». Здесь, по сути, создан полноценный учебный кампус.

Два года назад между АО «ЦСТЭ» (холдинг) и РМАТ был подписан новый договор о прохождении практики студентами РМАТ в пушкинском филиале Холдинга – санатории «Виктория», который вывел наше взаимодействие на новый уровень.

В соответствии с договором студенты РМАТ, обучающиеся по программам среднего профессионального образования, преимущественно по специальности «Туризм и гостеприимство», и бакалавриата направлений «Туризм», «Гостиничное дело», «Менеджмент» рекомендуются кафедрами на практику в санаторий «Виктория» на период до двух месяцев.

Со стороны Академии предусмотрены преференции для студентов, проходящих практику в санатории, такие как 20-процентная скидка за обучение, освобождение от платы за общежитие на период прохождения практики и другие.

Поскольку практика в санатории «Виктория» организуется по соответствующим профилям подготовки и полностью соответствует по содержанию утвержденным учебным планам и программам практик, отчеты по практике сдаются руководителю практики от выпускающей кафедры. Результаты прохождения практики фиксируются в ведомостях и зачетных книжках и загружаются в личный кабинет КИС РМАТ.

Со стороны санатория предоставляется бесплатное проживание, питание, медицинское обслуживание, санаторно-курортное лечение с 50-процентной скидкой, а также доступ к культурно-досуговым мероприятиям и спортивным локациям, включая плавательный бассейн. Студентам выплачивается заработная плата.

В санатории организован непрерывный учебный процесс. Имеется полностью оборудованный компьютерной техникой учебный класс. В период прохождения практики студентам обеспечивается теоретическое обучение в полном объеме по индивидуальному графику с использованием дистанционных технологий (корпоративная информационная система РМАТ и ЗУМ).

Ежегодно в санатории проходят практику около 100 студентов РМАТ по профессиональным модулям: официанты, горничные и аниматоры.

Санаторий «Виктория» (Пушкино) помимо РМАТ сотрудничает с другими учебными заведениями: Ярославским колледжем управления и профессиональных технологий, Угличским индустриальным педагогическим колледжем, Ногинским колледжем, Техникумом им. С.П. Королева, Волоколамским аграрным техникумом «Холмогорка», а также Московским областным медицинским колледжем № 4. Около 50 студентов из этих учебных заведений ежегодно проходят практику в санатории.

Данное сотрудничество позволяет санаторию во многом решать проблему дефицита кадров. Наш Холдинг благодарен учебным заведениям, и, в первую очередь, Российской международной академии туризма за это взаимодействие.

Хочу отметить, что со своей стороны санатории являются благоприятной производственной средой, в которой студенты полностью погружаются в производственный процесс и вовлекаются в осмысление своей будущей профессии, связанной со сферой го-

степриимства. Во многом этому способствуют наставники, курирующие работу студентов, которые помогают им адаптироваться и поддерживают на протяжении всего периода практики. Зачастую наставникам удается раскрыть личность и творческий потенциал практиканта.

Таким образом студенты становятся непосредственными участниками производственно-хозяйственной деятельности санатория и решают реальные практические задачи. В процессе их решения они преобразуют полученные знания в полезные навыки и совершенствуют их, развивая профессиональные компетенции.

АО «Центральный совет по туризму и отдыху» (холдинг) всегда в своей деятельности во главу угла ставит коллектив, создавая оптимальные условия для работы, предоставляя социальный пакет и всячески способствуя развитию своих работников и их карьерному росту.

Неотъемлемой частью этого процесса является обучение персонала. Руководство Холдинга всегда поощряет стремление работников санаториев получать новое профильное образование. И, говоря об этом, я не могу не отметить сотрудничество с Российской международной академией туризма.

Работники АО «ЦСТЭ» (холдинг) всегда проходили обучение в РМАТ на льготных условиях. В прошлом году, накануне нового учебного года, между Холдингом и Академией было подписано новое Соглашение, по условиям которого для сотрудников санаториев – филиалов АО «ЦСТЭ» (холдинг) обучение обходится на 20% дешевле, а оставшуюся стоимость обучения в полном объеме компенсирует санаторий. В этом учебном году такой возможностью уже воспользовались 9 человек. Такое сотрудничество позволяет получать высшее профильное образование в гибридном формате без отрыва от производства.

Санатории – филиалы АО «ЦСТЭ» (холдинг) являются медицинскими организациями, и поэтому ключевое значение имеет повышение квалификации медицинских работников. В соответствии с законодательством РФ весь врачебный и средний медицинский персонал санаториев проходит периодическую аккредитацию, реализуя непрерывное медицинское образование по профпрограммам, утвержденным федеральными госстандартами в лицензированных образовательных учреждениях Минздрава. Обучение проводится по заочной форме без отрыва от основной работы.

Сегодня медицина является той сферой деятельности, где наука и практика динамично развиваются, появляются инновационные

методы лечения, новое высокотехнологичное оборудование. Это в равной степени касается и санаторно-курортной отрасли. Поэтому руководство Холдинга уделяет пристальное внимание дополнительному обучению врачей санаториев.

С 2022 года совместно с кафедрой госпитальной терапии Педиатрического факультета Российского научно-исследовательского медицинского университета им. Н.И. Пирогова, под руководством академика РАН А.Г. Чучалина была организована Онлайн-школа для врачей ЦСТЭ. Обучающие лекции по наиболее актуальным вопросам современной медицины проходят для врачей наших санаториев два раза в месяц в онлайн-режиме. В качестве спикеров выступают признанные эксперты наиболее актуальных для нас направлений медицинской науки, такие как академик РАН А.Г. Чучалин, члены-корреспонденты – О.И. Аполихин, Г.П. Арутюнов, М.Ю. Мартынов, профессоры – Г.Е. Иванова, А.М. Белов, Л.И. Ильенко и многие другие.

Замечательная особенность данной Онлайн-школы заключается в том, что у наших врачей есть уникальная возможность в прямом общении со светилами медицины получать мировой и отечественный опыт и разбирать конкретные клинические случаи.

Еще одним из направлений взаимодействия с университетской наукой являются ежегодно проводимые совместно с РНИМУ им. Н.И. Пирогова Медицинские советы, которые являются эффективным инструментом для внедрения новых медицинских технологий и лечебных методик в санаториях Холдинга и расширения спектра санаторно-курортных услуг для наших отдыхающих.

Помимо того, что наши санатории являются медицинскими организациями, это, в первую очередь, средства размещения. Поэтому уровень сервиса должен отвечать высоким требованиям наших гостей. Для реализации этой цели руководство Холдинга утвердило стратегию по повышению качества обслуживания. Одним из основных направлений этой стратегии является обучение персонала санаториев – филиалов АО «ЦСТЭ» (холдинг).

Санатории всегда уделяли внимание повышению квалификации линейного персонала – официантов и горничных. В последние два года мы, сотрудничая с Московским филиалом РМАТ, вывели этот процесс на новый уровень. Коллеги из РМАТ в качестве тренеров приглашают признанных в отрасли гостеприимства экспертов, которые организуют комплексное обучение непосредственно на рабочих местах.

Для улучшения организации питания в санаториях проводятся мастер-классы с привлечением известных в профессиональном со-

обществе шеф-поваров, в результате которых осуществляется профессиональное обучение кухонного персонала, а также расширение меню с разработкой технологических карт с учетом кулинарных тенденций и использованием местных продуктов.

Особое место отводится обучению сотрудников отделов продаж и служб приема и размещения. За последние полгода во всех санаториях Холдинга последовательно были проведены специализированные тренинги по стратегиям продаж. Тренинги провела опытный бизнес-тренер, специализирующийся именно на санаторно-курортной отрасли. Программа обучения носила комплексный характер и включала в себя аудит работы служб, теорию, практические занятия на рабочих местах, а также рекомендации по улучшению работы подразделений. Такая форма обучения способствует более глубокому пониманию материала и повышает уверенность сотрудников при взаимодействии с клиентами.

В настоящее время, несмотря на благоприятную конъюнктуру, конкуренция на рынке внутреннего туризма возрастает. Руководство Холдинга понимает, что для того, чтобы наши санатории оставались в лидерах санаторно-курортной отрасли, обучения только персонала недостаточно, – развиваться и совершенствоваться должны и руководители структурных подразделений Холдинга и его филиалов.

Для решения этой задачи в АО «ЦСТЭ» (холдинг) существует практика проведения корпоративных семинаров. В конце каждого календарного года на базе одного из санаториев (филиалов) для обмена опытом и получения новых знаний встречаются руководители Холдинга; директора санаториев; руководители отделов бронирования, служб приема и размещения, рекламы. В качестве спикеров приглашаются представители наших партнеров – организаций, с которыми мы сотрудничаем по этим направлениям, таких как: программный комплекс «Здравница», единая платформа для онлайн-продаж “TravelLine”, Яндекс, digital-агентство по seo-продвижению Demis Group, интегратор Bitrix24 – агентство Lavina Consulting и другие. Как правило, это руководители или кураторы по направлениям, в процессе общения с которыми мы обмениваемся опытом и узнаем об их новых продуктах и инструментах.

На наши семинары также приглашаются отраслевые эксперты, темами выступлений которых являются вопросы улучшения клиентского сервиса; изменения в системе классификации средств размещения; новые тенденции в рекламе и продажах, в том числе в реализации дополнительных медицинских услуг. С многими из

них мы продолжаем сотрудничать в рамках решения комплексных задач по повышению качества и обучению персонала. Благодарю Российскую международную академию туризма за то, что ее преподаватели также выступают в качестве таких экспертов, в частности, хочу отметить участие в них Р.М. Арсения.

Подводя итог своего выступления, хочу еще раз подчеркнуть, что обучение и существующая система подготовки кадров является важнейшим направлением стратегии роста ЦСТЭ. От развития профессиональных компетенций наших сотрудников зависит наш успех. Руководство Холдинга и, в первую очередь, его президент – Виктор Георгиевич Пугиев считают, что инвестировать в образование кадров обязательно нужно.

В завершении хочу процитировать Джека Уэлча – бывшего генерального менеджера компании General Electric, которого спросили: «А вы не боитесь, что вы их обучите, а они уйдут?». «Боюсь, конечно, – ответил он, – но я еще больше боюсь, что я их не обучу, а они останутся».

Спасибо за внимание!

С.П. Шпилько,
почетный президент РСТ, заведующий кафедрой менеджмента
и экономики Российской международной академии туризма,
канд. экон. наук

УДК 641:338.48

Развитие гастрономического туризма в России

Аннотация. Статья посвящена анализу развития гастрономического туризма в России, основываясь на материалах совместного заседания РСПП, РСТ и НААИР. В работе рассмотрены ключевые определения понятия «гастрономический туризм», представлены данные о мировых тенденциях развития этого направления, а также выделены основные проблемы и перспективы его развития в России. Особое внимание уделено факторам, сдерживающим продвижение Москвы и Санкт-Петербурга как ведущих гастрономических центров.

© Шпилько С.П., 2025

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарные столицы, гид «Мишлен», региональный туризм, стратегия развития

S.P. Shpilko,
Honorary President of the Russian Union of Travel Industry,
Head of the Department of Management and Economics
of the Russian International Academy for Tourism, PhD in Economics

Development of gastronomic tourism in Russia

Abstract. The article is devoted to the analysis of the development of gastronomic tourism in Russia, based on the materials of the joint meeting of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, the PCT, and the NAAIR. The paper examines the key definitions of the concept of "gastronomic tourism", provides data on global trends in the development of this field, and highlights the main problems and prospects for its development in Russia. Special attention is paid to the factors hindering the promotion of Moscow and St. Petersburg as leading gastronomic centers.
Keywords: gastronomic tourism, culinary capitals, Michelin guide, regional tourism, development strategy

31 марта 2025 года в офисе Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) состоялось совместное заседание Комиссии РСПП по туриндустрии, Комитета Российского союза туриндустрии по гастрономическому туризму и Национальной ассоциации агентств инвестиций и развития (НААИР), на котором рассматривался вопрос развития гастрономического туризма в России.

Среди участников были представители органов государственной власти и дипломатического корпуса, общественных организаций и турбизнеса, ведущих российских вузов, рестораторы, отельеры, шеф-повара и предприниматели.

Основной акцент был сделан на необходимости четкого определения понятия «гастрономический туризм» для дальнейшей работы и привлечения инвестиций. Участники подчеркнули, что гастрономический туризм является важным фактором развития регионов, способствуя созданию новых рабочих мест, поддержке местных производителей и сохранению культурного наследия.

Отдельно обсуждался вопрос о первых итогах введения туристского налога (курортного сбора) в ряде регионов России. Были рассмотрены примеры положительного и негативного влияния на-

лога на туристский поток и развитие инфраструктуры. Участники заседания выразили мнение о необходимости совершенствования нормативной базы, регулирующей применение туристского налога, а также об обеспечении прозрачности и целевом использовании собранных средств для развития туристской инфраструктуры и продвижения регионов.

Ключевым выводом заседания стала необходимость консолидации усилий государства, бизнеса и общественных организаций для создания благоприятных условий для развития гастрономического туризма в России. Это включает в себя разработку стратегий продвижения, создание качественной инфраструктуры, поддержку местных производителей и обучение квалифицированных кадров.

Для раскрытия представленной темы дадим определение понятию «гастрономический туризм». Опираясь на экспертное определение председателя Комитета по гастрономическому туризму Российского союза туриндустрии Леонида Владимировича Гелибтермана, можно сказать, что гастрономический туризм – это интегральный вид туризма, для которого характерно взаимодействие туриста с культурой региона через гастрономические активности (знакомство с кухней, эногастрономическими традициями, локальными напитками и продуктами, посещение объектов гастрономического туризма и специальных событий), выходящие за рамки простого приема пищи и в котором основной или одной из основных мотиваций для совершения поездки является знакомство с гастрономической культурой и традициями региона как средством постижения его истории и культуры.

Приведем еще одно определение данного понятия, которое дал основатель Всемирной организации гастрономических путешествий (World Food Travel Association) и президент Международной ассоциации кулинарного туризма Эрик Вульф. В 2001 году он написал первую в мире статью о гастрономическом туризме, а позднее развил эту тему в книге «Кулинарный туризм: скрытый урожай», согласно нему, гастрономический туризм – это путешествие, в процессе которого турист познает дух места через вкус еды.

Луси Лонг, профессор Университета Огайо, в 1998 году ввел в оборот понятие «кулинарный туризм». Лонг сформулировал концепцию, согласно которой туристы могут познавать местную культуру через пищу и вино. По его мнению, важно насладиться местной рецептурой и познакомиться с культурой приготовления пищи, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей.

По данным международной компании, которая предоставляет услуги по исследованию рынка и анализу отраслей “Research and Markets”, популярность гастрономического туризма стремительно растет.

Так, уже представлен приблизительный темп роста востребованности в данном виде туризма в период с 2023 по 2032 год и составляет 15,7% в год, при том что объем мирового рынка гастротуризма в 2023 году составил 946,4 млрд долларов США, а к 2032 году прогнозируется увеличится до 3515,1 млрд долларов США.

Рост популярности гастрономического туризма как составляющей туризма в целом происходит благодаря тому, что население планеты становится более образованным. Чем более человек образованный, тем менее безразлично ему то, что он ест. Такой человек более ответственно относится к своему питанию и в какой-то момент начинает понимать, что это не просто удовлетворение своих физиологических потребностей, а этот процесс является частью его культуры. Потребность в туризме, в путешествиях растет именно с уровнем роста образования, появляется интерес к познанию культуры других мест и стран, в том числе через еду.

Следующим пунктом, необходимо отразить список городов, которые являются кулинарными столицами (табл. 1). По версии журнала о культурной жизни мира “Time Out”, в 2024 году рейтинг кулинарных столиц мира возглавили такие города, как Неаполь (Италия), Йоханнесбург (Южно-Африканская Республика), Лима (Перу), Хошимин (Вьетнам), Пекин (Китайская Народная Республика).

Отметим, что в этом списке нет таких городов, которые чаще всего приходят в ассоциацию о кулинарных столицах мира – Париж, Мадрид, Лиссабон и т.д. Причина заключается в том, что это те города, которые приелись туристам, в которых для них уже нет чего-то нового и необычного. В задачу этих городов, на данный момент, входит не увеличение туристского потока, а распределение тех туристов, которые приезжают на территорию в силу недовольства местных жителей по ряду причин.

Если ориентироваться на ресторанный бизнес, то можно представить список стран-лидеров по числу ресторанов, получивших звезды Мишлен по состоянию на 2024 год (табл. 2).

В конце 2020 года рейтинг «Мишлен» вышел на российский ресторанный рынок, а именно в Москву. В гиде «Мишлен», который вышел в 2021 году, был представлен список ресторанов, которые получили две или одну звезду (табл. 3). Это рестораны высокой

Таблица 1

Рейтинг кулинарных столиц мира 2024 по версии “Time Out”

№	Город	Страна	Блюдо
1	Неаполь	Италия	Пицца «Маргарита»
2	Йоханнесбург	ЮАР	Сэндвич Кота
3	Лима	Перу	Севиче
4	Хошимин	Вьетнам	Фо Сайгон
5	Пекин	КНР	Утка по-пекински
6	Бангкок	Таиланд	Сом там
7	Куала-Лумпур	Малайзия	Наси-лемак
8	Мумбаи	Индия	Вада пав
9	Дубай	ОАЭ	Манди
10	Портленд	США	Пицца
11	Ливерпуль	Англия	Соус
12	Медельин	Колумбия	Бандеха пайса
13	Севилья	Испания	Серранито
14	Порто	Португалия	Франсезинья
15	Марракеш	Марокко	Тажин
16	Лион	Франция	Бриошь с соусом
17	Сидней	Австралия	Австралийский стейк
18	Монреаль	Канада	Пирожки
19	Осака	Япония	Такояки
20	Копенгаген	Норвегия	Сморреброд

кухни, часть из которых располагается при высококлассных отелях города.

Также в московский гид «Мишлен» вошел ряд ресторанов, которые получили знак “Bib Gourmand”. В отличие от звезд Мишлен, которые оценивают исключительно высокое качество кухни, «Bib

Таблица 2

Рейтинг стран-лидеров по числу ресторанов, получивших звезды Мишлен по состоянию на 2024 год

Страна	Рестораны, отмеченные звездами Мишлен
Франция	680
Япония	539
Объединенные Арабские Эмираты	420
Италия	381
Германия	332
Испания	267
США	235
Великобритания	185
Бельгия	141
Швейцария	132

Таблица 3

Рестораны Москвы, которые получили звезды Мишлен в 2021 году

Ресторан	Число звезд Мишлен	Стоимость основного сета, руб.
Twins Garden	**	9 000
Grand Cru	*	12 500
«Белуга»	*	11 000
ARTEST	**	10 500
White Rabbit	*	9300
Selfie	*	8500
«Сахалин»	*	8500
Biologie	*	7500

Gourmand» отмечает заведения, предлагающие отличное соотношение цены и качества.

Данный знак получили следующие кафе и рестораны: Bjorn, Cevicheria, Delicatessen, Erwin, Eva, Flor, Geraldine, Hibiki, Казбек, Lucky Izakaya, Рыбторг, Tilda, Уголек, Uilliams, Vani.

Получение таких знаков отличия является колоссальным успехом для предприятий питания и популяризации дестинации как гастрономического центра, среди которых следует выделять Москву и Санкт-Петербург.

Работа гида «Мишлен» в России была приостановлена с марта 2022 года. На данный момент России нет в списке стран на сайте гида «Мишлен», где перечисляются удостоившиеся его награды и рекомендации заведения.

Одной из ключевых проблем, сдерживающих продвижение Москвы и Санкт-Петербурга в качестве ведущих гастрономических центров и, как следствие, развитие гастрономического туризма в стране, являются недостаточный уровень информационного обеспечения и отсутствие эффективных цифровых стратегий продвижения.

Представленный анализ развития гастрономического туризма в России, основанный на материалах заседания РСПП, а также на обзоре ключевых определений и мировых тенденций, выявил как значительный потенциал, так и существующие проблемы в этой сфере.

Несмотря на растущую популярность гастрономического туризма в мире и осознание его важности для развития регионов России, отечественный рынок сталкивается с рядом ограничений.

В то же время очевидно, что потенциал гастрономического туризма в России огромен. Наличие уникальных региональных кухонь, рост интереса к местным продуктам и традициям, а также повышение образовательного уровня населения создают благоприятные предпосылки для развития данного направления.

Для реализации этого потенциала необходима консолидация усилий государства, бизнеса и общественных организаций. Важно разработать четкую стратегию развития гастрономического туризма, включающую меры по улучшению инфраструктуры, продвижению региональных брендов, подготовке квалифицированных кадров и, конечно, активному использованию цифровых технологий для информирования туристов.

Дальнейшие исследования в этой области должны быть направлены на изучение потребительских предпочтений, разработку эффективных маркетинговых стратегий и анализ успешного опы-

та других стран. Только комплексный подход позволит превратить Россию в привлекательное направление для гастрономических туристов со всего мира.

Список источников

1. Research and Markets: официальный сайт. URL.: https://www.researchandmarkets.com/ (дата обращения: 10.04.2025).

2. “Time Out”: официальный сайт. URL.: https://www.timeout.com/travel/worlds-best-cities-for-food (дата обращения: 10.04.2025).

3. Simpl wine news: официальный сайт. URL.: https://swn.ru/articles/michelin-pervoe-moskovskoe-ralli (дата обращения: 10.04.2025).

Е.Л. Писаревский,
финансовый уполномоченный, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин Российской международной академии туризма, д-р юрид. наук

УДК 342:338.48

О некоторых подходах к исследованию туризма в рамках государственно-правовых наук: философско-правовые аспекты и контекст «духа времени» и «гения места»

Аннотация. В статье исследуются теоретические и прикладные аспекты изучения туризма в контексте государственно-правовых наук через призму философии права и концепций «духа времени» (Zeitgeist) и «гения места» (Genius Loci). Последняя предполагает оценку фундаментальных причин и факторов социально-экономического развития, вызванных противоречиями между консерватизмом и инновациями, сохранением национальных традиций, локальной идентичностью туристской дестинации и потребностями населения в использовании современных технологий, в регулировании новых общественных отношений с целью гармоничного формирования единого туристского пространства Российской Федерации.

© Писаревский Е.Л., 2025

Анализируются проблемы определения предметно-объектной области научных исследований в сфере туризма, подчеркивается роль туристского права как ключевого направления научного познания и обеспечения надежного существования и устойчивого развития сферы туризма.
Рассматривается ценностное содержание туризма с правовой точки зрения и эволюция права на туризм в условиях современного Zeitgeist. На основе анализа нормативно-правовой базы выявляются основные проблемы правового регулирования туризма и туристской деятельности в Российской Федерации, обусловленные как универсальными тенденциями (Zeitgeist), так и национальной спецификой (Genius Loci).
Предложены конкретные рекомендации по совершенствованию правового регулирования, направленные на гармонизацию глобальных вызовов и антикризисного управления, включая механизмы преодоления неопределенности будущего, интеграцию ИИ и реинжиниринг правового регулирования на основе цифровой кодификации, меры по научному обеспечению сферы туризма, включая формирование междисциплинарных исследовательских центров, единой базы знаний (электронная библиотека знаний по туризму).
Ключевые слова: туризм, государственно-правовые науки, философия права, туристское право, право на туризм, дух времени (Zeitgeist), гений места (Genius Loci), реинжиниринг правового регулирования, цифровая кодификация, катастрофы, антикризисное управление

E.L. Pisarevsky,
Financial Commissioner, Professor of the Department of Civil Law Disciplines of the Russian International Academy for Tourism, Doctor of Law

On some approaches to the study of tourism within the framework of state and legal sciences: philosophical and legal aspects and the context of the “spirit of the times” and the “genius of the place”

Abstract. This article explores the theoretical and applied aspects of tourism studies within the framework of legal and political sciences through the lens of legal philosophy and the concepts of Zeitgeist (Spirit of the Era) and Genius Loci (Spirit of Place). The latter concept entails an assessment of the root causes and factors of socio-economic development driven by contradictions between: conservatism and innovation; preservation of national traditions; local identity of tourist destinations and the population’s demand for modern technologies and the regulation of emerging social relations.

The ultimate goal is the harmonious formation of a unified tourism space in the Russian Federation.
The analysis addresses challenges in defining the subject-object domain of scientific research in tourism, emphasizing the role of tourism law as a key area of scholarly inquiry and a foundation for the secure existence and sustainable development of the tourism sector.
The axiological (value-based) dimensions of tourism are examined from a legal perspective, alongside the evolution of the right to tourism under contemporary Zeitgeist conditions. Based on a review of the regulatory framework, the study identifies core issues in the legal regulation of tourism and tourism activities in the Russian Federation. These issues stem from both universal trends (Zeitgeist) and national specificities (Genius Loci).
Concrete recommendations for improving legal regulation are proposed, aimed at harmonizing global challenges and crisis management. These include mechanisms to overcome future uncertainties, such as: establishing interdisciplinary research centers; creating a unified knowledge base; integrating artificial intelligence (AI) and reengineering legal regulation through digital codification.
Keywords: tourism, state legal sciences, philosophy of law, tourism law, right to tourism, Spirit of the Time (Zeitgeist), Spirit of Place (Genius Loci), restructuring of legal regulation, digital codification, catastrophe, crisis management

1. Введение: Туризм в контексте государственно-правовых наук и современного мировоззрения

Развитие туризма в Российской Федерации требует глубокой научной рефлексии, в том числе в области государственно-правовых наук. Эта рефлексия должна учитывать не только функционально-прикладные аспекты, но и философско-правовые основания, а также контекст современной эпохи (Zeitgeist) и уникальные характеристики российского пространства (Genius Loci).

Современный Zeitgeist характеризуется не только глобализацией и цифровизацией, но и нарастанием экзистенциальных рисков: пандемий, киберугроз, климатических катастроф, геополитической нестабильности. Эти факторы кардинально трансформируют природу безопасности туризма и его правового регулирования, требуя принципиально новых подходов к управлению неопределенностью. Одновременно Genius Loci России – ее масштаб, природное и культурное разнообразие, духовно-нравственные ценности, исторический путь и конституционная идентичность – предопределяет специфические вызовы и возможности для сферы туризма в условиях перманентных кризисов.

Своевременное выявление тенденций, разработка научно обоснованных моделей правового регулирования и публичного управления сферой туризма в условиях этого диалектического взаимодействия универсального и уникального являются основой для формирования оптимального правового порядка и эффективной государственной политики. Однако данный подход, интегрирующий государственно-правовые науки с философией права и культурно-пространственным анализом, пока недостаточно востребован как в практике управления, так и в ее научном обеспечении [2, 6, 7]. Настоящая публикация посвящена проблемам научного обеспечения сферы туризма, в том числе роли и месту государственно-правовых наук в ее изучении, с учетом методологии философии права и концепций Zeitgeist/Genius Loci.

2. Базовые категории исследования: туризм, наука, государство, право в философско-правовом измерении

В рамках настоящего исследования туризм рассматривается в двух взаимосвязанных аспектах, отражающих его дуальную природу в контексте Zeitgeist и Genius Loci:

1. *В узком (феноменологическом) смысле:* Путешествия физических лиц (туристов, экскурсантов) как акт реализации фундаментальной человеческой свободы передвижения и познания, обогащенный возможностями современной эпохи.

2. *В широком (системно-правовом) смысле* (далее – сфера туризма): Комплексный объект государственно-правового и управленческого воздействия, представленный сферой туризма РФ, ее подсистемами, элементами, участниками и разнообразными общественными отношениями. Эта система глубоко укоренена в национальном Genius Loci – ее конфигурация, ресурсы и проблемы неотделимы от российской территории, истории и культуры.

Научная деятельность определяется в соответствии со ст. 2 Федерального закона от 23.08.1996 № 127-ФЗ [14] как деятельность, направленная на получение и применение новых знаний. С позиций философии права и концепции Zeitgeist эта деятельность призвана не только описывать, но и осмысливать сущностные основания правового бытия туризма в современном мире, отвечая на вызовы времени.

Определения науки и открытой науки [16, 17] также получают дополнительное измерение: открытая наука – это не только технический принцип, но и проявление современного Zeitgeist, стремления к демократизации знания и глобальному сотрудничеству. Од-

нако критический анализ этой концепции (риски неэквивалентного обмена) подчеркивает необходимость учета национальных интересов и Genius Loci в глобальном научном пространстве.

3. Предметно-объектная область наук о туризме и место государственно-правовых наук: диалог универсального и локального

Предметно-объектная область наук о туризме охватывает получение и применение знаний о закономерностях строения, функционирования и развития сферы туризма как сложной, открытой, нелинейной динамической системы. Философия права требует видеть за этой системой конкретного человека («правового путешественника») и его права, а также ценности, которые туризм воплощает и защищает (аксиология). Концепции Zeitgeist и Genius Loci задают ключевой ракурс: как универсальные тенденции современности (цифровизация, устойчивость, индивидуализация опыта) взаимодействуют с уникальными особенностями конкретных мест и национальных правовых систем.

Междисциплинарность туризма («Ромашка Джафари») лишь усиливает актуальность этого диалога.

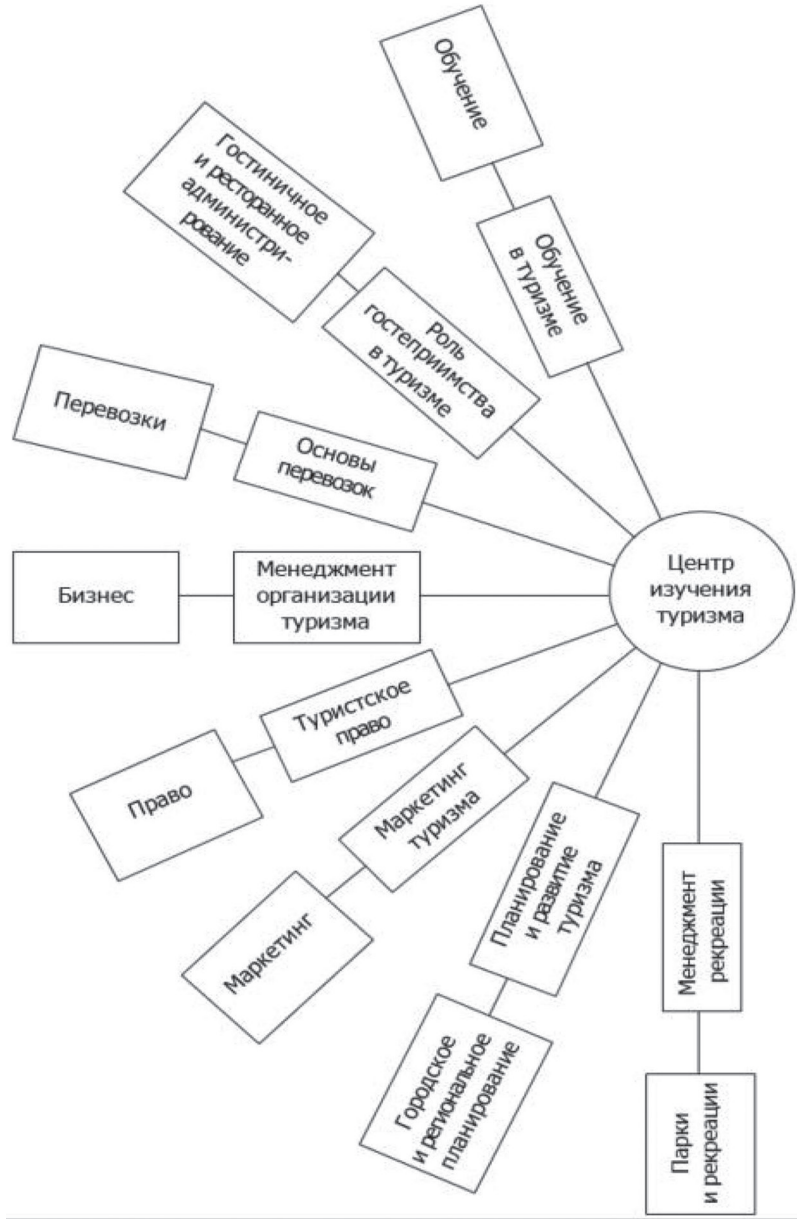
Междисциплинарный характер туризма и его исследований наглядно иллюстрирует модель «Ромашка Джафари» (рисунок), демонстрирующая связь туризма с различными научными областями.

Предметно-объектная область включает в себя как универсальные элементы (путешествия, отдых, организация), так и аспекты, глубоко связанные с Genius Loci:

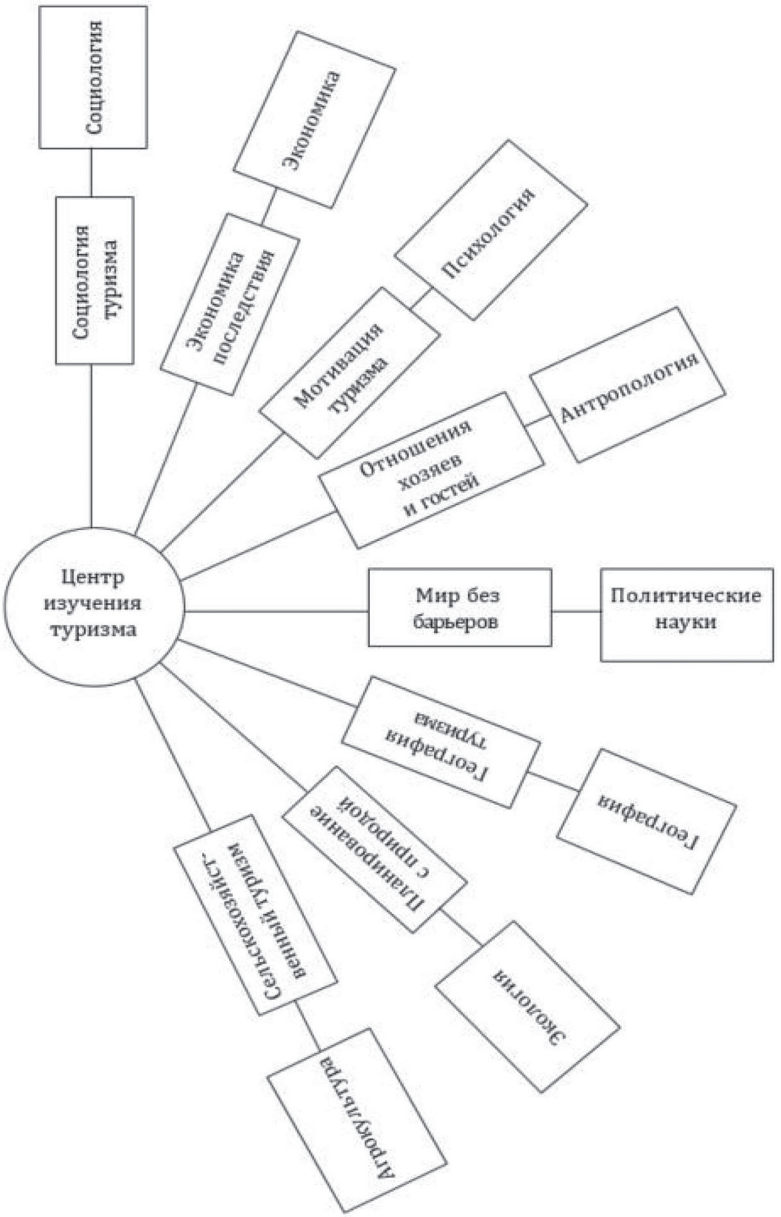
- Систему отношений (социально-экономических, культурных, экологических, пространственных), формируемую под влиянием специфики территории;
- Будущее туризма, которое невозможно проектировать без понимания как глобальных трендов (Zeitgeist), так и потенциала конкретных мест (Genius Loci).

Государственно-правовые науки играют критическую роль в этом диалоге, исследуя, как право:

- обеспечивает реализацию права на туризм (универсальная ценность) в конкретных национальных и региональных условиях (Genius Loci);
- формирует правовые режимы, адекватные как современным вызовам (Zeitgeist – цифровая экономика, устойчивость), так и уникальным ресурсам и проблемам территории (Genius Loci – напри-



Модель «Ромашка


Социология
Экономика
Социология туризма
Экономика последствия
Психология
Мотивация туризма
Антропология
Отношения хозяев и гостей
Центр изучения туризма
Мир без барьеров
Политические науки
География туризма
География
Планирование с природой
Экология
Сельскохозяйственный туризм
Археология

Джафари»

мер, освоение удаленных регионов, сохранение культурного наследия народов России);

• организует публичную власть в сфере туризма, находя баланс между глобальными стандартами управления и необходимостью учета местной специфики.

4. Туристское право как ключевое направление: философские основания и контекст эпохи/места

4.1. Наука туристского права: предмет и направления в свете философии права

Предмет науки туристского права – это исследование сущности (онтология) и ценности (аксиология) правовых явлений в туризме. Он включает изучение:

• *Роли сферы туризма в социальном правовом государстве:* Как туризм способствует реализации целей правового государства (благосостояние, свобода, безопасность) в условиях современного Zeitgeist и российской действительности (Genius Loci);

• *Тенденций государственно-правового развития сферы туризма:* Анализ динамики, движимой как глобальными факторами (Zeitgeist), так и внутренними особенностями (Genius Loci);

• *Права на туризм:* Философско-правовое обоснование, механизмы реализации, охраны и защиты этого комплексного права как выражения свободы и достоинства человека в пространстве (Genius Loci) и времени (Zeitgeist);

• *Законодательства и механизма правового регулирования:* Исследование их генезиса, эффективности, соответствия требованиям времени (Zeitgeist – гибкость, цифровизация) и пространства (Genius Loci – учет территориальных различий);

• *Публичного управления, стратегического планирования, государственной политики:* Поиск моделей, гармонизирующих универсальные принципы good governance с необходимостью адаптации к уникальным условиям российских регионов (Genius Loci);

• *Правового обеспечения территориальной организации и пространственного развития:* Непосредственная связь с Genius Loci – как право регулирует освоение и использование уникального туристского потенциала мест, поддерживая и охраняя их туристскую привлекательность;

• *Международного туристского права:* Сфера, где взаимодействие различных правовых культур и национальных Genius Loci наиболее очевидно.

4.2. Методологические аспекты: связь туризма и правовой системы через призму философии и Zeitgeist/Genius Loci

Философско-правовая методология обогащает исследование:

- *Гносеология:* Методы познания должны учитывать диалектику универсального (Zeitgeist – общие закономерности глобального туризма и права) и единичного (Genius Loci – уникальный опыт и правовая реальность конкретной туристской территории).
- *Онтология:* Сущность туризма раскрывается в его связи с фундаментальными правовыми категориями (свобода, справедливость, безопасность) и в его конкретно-историческом (Zeitgeist) и пространственном (Genius Loci) воплощении.
- *Аксиология:* Ценности туризма (мир, взаимопонимание, устойчивость, доступность) – это правовые ценности современной эпохи (Zeitgeist), реализуемые в уникальном культурном и природном контексте (Genius Loci).
- *Антропология:* «Правовой путешествующий человек» – это носитель универсальных прав, чьи конкретные практики и опыт неразрывно связаны с особенностями посещаемых мест (Genius Loci) и реалиями современного мира (Zeitgeist).

4.3. Ценности туризма и право на туризм: аксиология в действии

Ценности, закрепленные Глобальным этическим кодексом туризма, отражают аксиологические императивы современного Zeitgeist (устойчивость, ответственность, доступность, культурный диалог). Право на туризм выступает ключевым инструментом их реализации, гарантируя индивиду возможность приобщаться к разнообразию мира (Genius Loci разных мест) в условиях современной эпохи (Zeitgeist – технологии, инфраструктура). Это право – яркий пример синтеза универсальных прав человека (Zeitgeist) и их конкретного наполнения через опыт уникальных территорий (Genius Loci).

Вместе с тем в эпоху глобальных угроз безопасности право на туризм эволюционирует в направлении усиления мер защиты жизни и здоровья туристов в условиях пандемий, экологических катастроф, политических и военных конфликтов. Это требует переосмысления гарантий реализации данного права через призму превентивного управления рисками.

4.4. Характеристики туристского права: отражение Zeitgeist и ответ Genius Loci

Анализ характеристик (в том числе с помощью ИИ) подтверждает, что туристское право – это поле взаимодействия Zeitgeist и Genius Loci:

• *Субъективное туристское право:* Его признаки (трансграничное, технологически-интегрированное, гармонизированное) – явные маркеры Zeitgeist. Признаки (культурно-чувствительное, социально-ориентированное) отражают необходимость учета Genius Loci.

• *Объективное туристское право:* Технологические и экономические признаки (цифрово-интегрированное, рыночно-регулируемое) отвечают Zeitgeist. Социальные, экологические, культурно-чувствительные признаки – это ответ права на необходимость сохранения и уважения Genius Loci (местные сообщества, природа, культура). Организационно-управленческие признаки ищут баланс между глобальными подходами (Zeitgeist) и местной спецификой управления (Genius Loci).

4.5. Туризм в эпоху глобальных угроз: правовые императивы

Современный Zeitgeist характеризуется «ускоряющейся неопределенностью» [1, 9], где туризм становится уязвимым к мультипликации рисков:

• *Пандемии и биологические угрозы* (COVID-19): Показали хрупкость трансграничных перемещений и необходимость правовых механизмов экстренного реагирования.

• *Климатические катастрофы* (лесные пожары, наводнения): Требуют интеграции экологического права и риск-ориентированных норм территориального планирования.

• *Киберугрозы* (атаки на системы бронирования): Актуализируют вопросы цифровой безопасности и защиты персональных данных.

• *Геополитическая нестабильность и военные конфликты:* Ограничивают свободу передвижения, трансформируя право на туризм.

Ответ права должен сочетать:

1. *Адаптивность* (машиночитаемые нормы для быстрого обновления законодательства в кризисах);

2. *Региональную специфику* (Genius Loci): Правовые режимы для сейсмоопасных (Камчатка), паводковых (Дальний Восток) или конфликтных зон;

3. *Систему предикативного регулирования* на основе ИИ-аналитики рисков.

5. Проблемы правового регулирования туризма в России: диссонанс Zeitgeist, Genius Loci и правовой системы

Анализ выявляет проблемы, коренящиеся в неадекватности правовой системы требованиям как современного Zeitgeist, так и специфики российского Genius Loci:

• *Стремительный рост и противоречивость нормативного массива:* Отсутствие научно обоснованной концепции развития законодательства о туризме и туристской деятельности способствует неупорядоченному правотворчеству, которое часто не успевает за скоростью изменений в туристской индустрии (Zeitgeist) и не учитывает системно региональные особенности (Genius Loci), порождая коллизии, конфликты и фрагментарность.

• *Недостатки правового регулирования:* Коллизии, пробелы, недостаточная эффективность управления – следствие не только технических ошибок, но и отсутствия философско-правовой проработки основ регулирования туризма в контексте его дуальной природы (универсальное/уникальное) и слабой адаптации глобальных трендов (Zeitgeist) к российским реалиям (Genius Loci). Противоречивая правоприменительная практика усугубляет проблему.

• *Сложности управления:* Межотраслевой и транснациональный характер туризма (Zeitgeist) сталкивается с традиционно жесткими административными границами и недостаточной гибкостью управления, не учитывающей в должной мере региональный Genius Loci. Поиск баланса между централизацией/децентрализацией, публичным/частным регулированием, прямым/косвенным финансированием – это поиск оптимальной модели взаимодействия универсальных принципов (Zeitgeist) и местной специфики (Genius Loci) в российской правовой системе.

• *Неадекватность системы управления рисками:* Отсутствие правовых механизмов быстрого реагирования на кризисы (пример: массовая эвакуация туристов при конфликтах). Неразвитость предикативных моделей регулирования, основанных на прогнозировании угроз. Противоречие между глобальным характером рисков (Zeitgeist) и локализацией мер безопасности (Genius Loci).

6. Выводы и рекомендации: к гармонизации Zeitgeist и Genius Loci через право

1. Государственно-правовые науки, обогащенные методологией философии права и осознанием диалектики Zeitgeist (глобальные

тренды, цифровизация, ценности) и Genius Loci (уникальность территории, культурное наследие, региональные особенности), обладают ключевым потенциалом для формирования адекватного правопорядка в туризме.

2. Туристское право (субъективное и объективное) и правовые основы публичного управления являются центральными направлениями исследований, призванными обеспечить синтез универсальных правовых стандартов и уважения к уникальности места.

3. Системные проблемы правового регулирования в РФ во многом обусловлены дисбалансом в учете факторов Zeitgeist и Genius Loci, а также недостаточной философско-правовой обоснованностью подходов.

4. Глобальные угрозы (пандемии, климатические катастрофы, киберриски) становятся неотъемлемым элементом Zeitgeist, требующим пересмотра парадигмы правового регулирования туризма через призму антихрупкости и предикативного управления.

5. Цифровизация и междисциплинарность – не просто факторы, а сущностные проявления современного Zeitgeist, требующие адекватного правового осмысления и инструментов, чувствительных к Genius Loci.

На основании выводов предлагаются следующие **рекомендации, направленные на преодоление дисбаланса:**

1. *Создание междисциплинарных научных центров под эгидой РАН:* Центры должны стать площадками диалога между юристами, философами права, специалистами по региональному развитию, культурологами, IT-экспертами для генерации знаний, синтезирующих требования Zeitgeist и потенциал Genius Loci России.

2. *Формирование приоритетов фундаментальных исследований:* Включить в программу РАН темы, явно связывающие глобальные вызовы (Zeitgeist) и российскую специфику (Genius Loci), например:

- «Правовые модели устойчивого туризма в условиях климатических изменений (Zeitgeist) и разнообразия российских экосистем (Genius Loci)»;
- «Цифровизация услуг туристской индустрии (Zeitgeist) и защита прав потребителей в рамках единого туристского пространства Российской Федерации (Genius Loci)»;
- «Правовые механизмы сохранения национальных духовно-нравственных ценностей, культурного наследия и локальной идентичности (Genius Loci) в контексте глобального культурного обмена и коммерциализации туризма (Zeitgeist)»;

• «Правовое обеспечение безопасности туризма в условиях кризисов и катастроф: синтез глобальных стандартов (Zeitgeist) и региональных механизмов устойчивости (Genius Loci)».

3. *Развитие инфраструктуры научных знаний:* Создать базу данных диссертаций, снабженную системой тегов, позволяющих анализировать исследования по критериям их связи с аспектами Zeitgeist (например, «цифровизация», «устойчивость») и Genius Loci (например, «регион», «культурный ландшафт», «этнотуризм»).

4. *Интеграция искусственного интеллекта в науку:* Разработать/адаптировать модели ИИ, способные анализировать массивы правовых и научных текстов на предмет выявления тенденций (Zeitgeist) и учета территориальной специфики (Genius Loci), а также генерировать гипотезы для исследований на этой основе.

5. *Комплексная модернизация правового регулирования (реинжиниринг):*

• Инвентаризация и «оцифровка» права: Создание современной правовой базы должно включать не только тексты актов, но и метаданные, отражающие их связь с глобальными трендами (Zeitgeist) и целевыми территориями/аспектами (Genius Loci);

• Разработка правового тезауруса: Тезаурус должен фиксировать универсальные (Zeitgeist) и специфически российские (Genius Loci) термины и понятия туристского права, обеспечивая терминологическую ясность;

• Правовой эксперимент с машиночитаемыми актами: Эксперимент должен тестировать возможности адаптации регулирования под быстро меняющиеся условия (Zeitgeist) с возможностью учета региональных особенностей (Genius Loci) через настраиваемые параметры;

• Непрерывная цифровая кодификация: Система должна обеспечить динамичное обновление законодательства, оперативно реагируя на изменения в индустрии (Zeitgeist) и позволяя дифференцировать нормы для разных типов территорий (Genius Loci).

6. *Кризисные протоколы:* Внедрить в машиночитаемые нормативные акты автоматически активируемые разделы для ЧС (пандемии, стихийные бедствия):

• Цифровой ситуационный центр: Создать на базе единой базы данных платформу мониторинга угроз безопасности туризма в реальном времени с ИИ-прогнозированием;

• Правовые сценарии для «черных лебедей»: Разработать адаптивные нормы под непрогнозируемые события.

Реализация данных рекомендаций, основанных на синтезе государственно-правовых наук, философии права и учета диалектики Zeitgeist/Genius Loci, позволит создать более гармоничную, эффективную и адекватную современным вызовам и национальным особенностям систему правового регулирования туризма в Российской Федерации, существенно повысив роль науки в этом процессе.

Список источников

1. Бек У. От индустриального общества к обществу риска // Ulrich Beck. From Industrual Society to the Risk Society // Theory, Culture and Society. February 1992. Vol. 9, No. 1. P. 97–123.

2. Вайл П.Р. Гений места. М., 2019. 443 с.

3. Всеобщая декларация прав человека (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948).

4. Глобальный этический кодекс туризма (принят Всемирной туристской организацией 01.10.1999).

5. Исаков В.Б. Перспективы реинжиниринга правового регулирования, юридической науки и образования // Journal of Russian Law. 2021. Vol. 25, No. 8. P. 5–19.

6. Капица С.П., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. Книга 1: Самоорганизация. История. М., 2020. 152 с.

7. Клейнер Г.Б. Дух времени и гений места как фундаментальные факторы социально-экономического развития // Вестник РАН. 2025. Т. 95, № 1. С. 38–47.

8. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

9. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. М., 2003.

10. Писаревский Е.Л. Актуальные вопросы межмуниципального сотрудничества стран БРИКС в сфере туризма // Туризм: право и экономика. 2024. № 4. С. 3–6.

11. Писаревский Е.Л. О перспективах совершенствования правового регулирования и организации публичной власти в сфере туризма в Российской Федерации. Опыт правового моделирования // Туризм: право и экономика. 2024. № 2. С. 2–14.

12. Писаревский Е.Л. Туризм и обеспечение его безопасности: административно-правовой аспект: монография. М.: Юрист, 2011. 496 с.

13. Правовое обеспечение туризма: учебник / под общ. ред. Е.Л. Писаревского. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. 392 с.

14. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

15. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» .

16. UNESCO Recommendation on Open Science (принята 41-й сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, ноябрь 2021).

17. UNESCO Recommendation on Science and Scientific Researchers (13 November 2017).

Р.М. Арсений,
заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела
Российской международной академии туризма, канд. пед. наук

УДК 378.1

Проблемы и тенденции практической подготовки студентов в сфере туризма и гостеприимства

Аннотация. Статья посвящена анализу проблем и перспектив практической подготовки кадров для туриндустрии в рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство». Рассматриваются ключевые вызовы: разрыв между образовательными программами и требованиями бизнеса, бюрократизация процессов организации практики, низкий престиж отрасли и специфика работы с поколением Z. Особое внимание уделено дисбалансу теоретической и практической составляющих обучения, а также роли бизнеса в формировании профессиональных компетенций студентов. Предложены пути совершенствования системы подготовки кадров через усиление взаимодействия между образовательными учреждениями и работодателями, адаптацию методик обучения под цифровые реалии и трансформацию восприятия профессий в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм и гостеприимство, практическая подготовка, профессиональные компетенции, трудоустройство выпускников, взаимодействие вузов и работодателей

© Арсений Р.М., 2025

R.M. Arseniy,
Head of the Department of Tourism and Hotel Business
of the Russian International Academy for Tourism,
PhD in Pedagogical Sciences

Problems and trends in practical training of students in the sphere of tourism and hospitality

Abstract. The article analyzes the problems and prospects of practical training of personnel for the tourism industry within the framework of the national project "Tourism and Hospitality". The key challenges are considered: the gap between educational programs and business requirements, bureaucratization of the processes of organizing practice, low prestige of the industry and the specifics of working with generation Z. Particular attention is paid to the imbalance of the theoretical and practical components of training, as well as the role of business in the formation of professional competencies of students. The ways of improving the personnel training system through strengthening interaction between educational institutions and employers, adapting teaching methods to digital realities and transforming the perception of professions in the field of tourism are proposed.
Keywords: tourism and hospitality, practical training, professional competencies, graduate employment, interaction between universities and employers

Национальный проект «Туризм и гостеприимство» предусматривает увеличение числа поездок по России до 140 млн в год, а числа специалистов, работающих в сфере туризма, – с 1,1 до 1,4 млн [7]. В настоящее время туриндустрия испытывает кадровый голод. Потребность в подготовленных специалистах очевидна: нужны экскурсоводы и проводники, линейный персонал в отелях и санаториях, в ресторанах и транспортных компаниях. Это влечет за собой необходимость расширения возможностей учебных заведений в области подготовки кадров. Важную роль в профессиональном туристском образовании играет практическая подготовка, под которой понимается форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы [4].

Практическая подготовка может быть организована:

- непосредственно в образовательной организации;

• в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки может быть организована при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом. Таким образом, практическая подготовка может осуществляться в следующих формах:

1) Практические занятия, практикумы, лабораторные работы и иные аналогичные виды учебной деятельности, предусматривающие участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. В Российской международной академии туризма регулярно проводятся практические занятия с решением профессионально ориентированных задач. Они проходят, как правило, в профильных мастерских, например в мастерской приема и размещения, оснащенной со стойкой ресепшн и необходимым техническим оборудованием. Студенты изучают систему бронирования, управления номерным фондом, отрабатывают навыки заселения и выписки гостей и т.д. Это особенно актуально в ходе подготовки студентов программ среднего профессионального образования к демонстрационным экзаменам.

2) Лекции, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Актуальными являются встречи представителей индустрии туризма и гостеприимства со студентами. Такие лекции носят, как правило, профориентационную или мотивационную функцию, либо посвящены определенной теме, связанной с будущей профессиональной деятельностью обучающихся.

3) Иные формы, предусматривающие участие обучающихся в отраслевых мероприятиях (выставки, форумы, конференции, воркшопы, премии и т.д.), выездные практические занятия на базе предприятий-партнеров, а также учебная и производственная практика в ведущих компаниях индустрии туризма и гостеприимства.

Поднимая острый вопрос подготовки кадров в сфере туризма, очевидными становятся проблемы в этой области деятельности.

1. Образовательные программы среднего профессионального и высшего образования во многом дублируют друг друга, что соз-

дает на начальных этапах построения карьеры конкуренцию между выпускниками программ разного уровня. Об этом не раз заявляли специалисты в ходе профессиональных форумов. Образовательные программы построены в соответствии с действующими ФГОС и опираются на профессиональные стандарты. Таким образом, подготовка к выполнению трудовых функций 4–5 квалификационного уровня для выпускников среднего профессионального образования и 6–8 квалификационного уровня для выпускников программ бакалавриата и магистратуры не должны пересекаться. На деле же разница носит весьма условный характер.

2. Наблюдается разобщенность образовательных программ и требований бизнеса. А.Г. Абазян и В.А. Макарец в своем исследовании отмечают, что учебные планы вузов, готовящих будущих специалистов туриндустрии, в большей степени наполнены дисциплинами, имеющими научный и теоретический характер [1]. Для успешной же работы в сфере туризма важно формировать практические компетенции, связанные с выполнением конкретных трудовых действий в той или иной профессиональной деятельности. При этом отмечается, что образовательные организации недостаточно тесно взаимодействуют с профильными организациями [5]. Работодатели уверены, что учебные заведения готовят специалистов неверно, однако, как именно это необходимо делать, в отрасли пока также затрудняются ответить. Здесь как раз и усиливается роль практической подготовки в различных ее формах, когда подготовка кадров идет в тесном взаимодействии между учебным заведением и профильной организацией.

3. Среди проблем можно отметить чрезмерно бюрократический подход к оформлению практики в профильных организациях. С одной стороны, прием практикантов ложится на юриста, которому важно оформить взаимодействие с учебным заведением грамотно, что зачастую усложняет это взаимодействие. Не всегда удается заключить договор о практической подготовке своевременно, согласования могут затягиваться. Кроме того, к договору могут оформляться множество дополнительных соглашений на каждого отдельного студента, что также затягивает процедуры оформления практики. С другой стороны, реальные потребности предприятий в дополнительной силе огромны и чрезмерно серьезное отношение к юридической стороне практики порой препятствует реальной практике. Учебные заведения вынуждены выбирать партнеров по практической подготовке, которые способны более оперативно решать вопросы организации практики.

4. Невысокий уровень содержательной стороны практики. Порой студенты в ходе практики на предприятии сталкиваются с невысоким уровнем качества самой практики. Не секрет, что в условиях дефицита кадров специалистам в туристских организациях и гостиницах не хватает времени, чтобы полноценно курировать работу практикантов. Студенты, еще не привыкшие к выполнению профессиональных задач в реальных условиях, наблюдают безразличие и незаинтересованность со стороны старших коллег, что в результате приводит к разочарованию студентов в предприятии и отрасли в целом.

5. Нередко студенты получают не самый полезный опыт в ходе практики. Причиной может быть недостаточно квалифицированные сотрудники, закрепленные за студентами как руководители. Они не всегда могут дать нужный и полезный опыт, поскольку сами еще не в полной мере им владеют. Внушительная часть специалистов сферы туризма и гостеприимства не имеют высшего профильного образования в сфере туризма, что приводит к падению уровня сервиса [1]. Такой опыт перенимают и студенты в ходе практики. Выходом из этой ситуации может быть более тщательный отбор партнеров по практической подготовке, предъявление требований к руководителям практики от предприятия и оперативная реакция со стороны руководителя практики от учебного заведения при возникновении проблем в ходе прохождения обучающимся практики.

6. В последнее время все чаще говорят о невысоком престиже индустрии туризма и гостеприимства, а также о невысоком уровне заработной платы, что также является причиной низкой заинтересованности абитуриентов в обучении в данной сфере профессиональной деятельности. Эксперты АНО «Национальные приоритеты» выделяют три ключевые действия, способные решить кадровую проблему в туризме. Среди них – повышение престижа отрасли, улучшение условий работы и изменение подготовки специалистов для повышения качества сервиса [7]. Ключевой задачей в трансформации восприятия отрасли является уход от роли «обслуживающего персонала». Все чаще о сфере туризма и гостеприимства говорят как об «экономике впечатлений» и «индустрии счастья», где специалисты создают положительные эмоции у туристов, делают их счастливыми. Новое восприятие отрасли может поспособствовать и изменению отношения к ней в обществе.

7. Специфика обучающегося контингента, относящегося к поколению «Z», накладывает отпечаток на процесс профессиональ-

ной подготовки. Поколение людей, родившихся после 2000 года, не знает жизни без постоянного доступа в сеть Интернет. Интернет по сути заменил учебу, досуг, общение и работу – все это в той или иной мере присутствует в сети. Данное поколение не испытывает дефицита информации с самого рождения, а нейросети позволяют решать любые вопросы без необходимости самостоятельного поиска путей решения [2]. В мире отмечается тенденция к тому, что представители данного поколения в силу различных факторов экономического, социального или политического характера отказываются учиться и работать. Такое явление получило название «Поколение NEET» (англ. Not in Education, Employment or Training), или «поколение ни-ни» (исп. ni estudia, ni trabaja) [3]. Все это требует пересмотра подходов и методик в образовательной деятельности путем адаптации образовательных программ к новым технологиям, ценностям и образу жизни обучающегося поколения.

8. Следующая проблема вытекает из предыдущей. Многие студенты, пройдя практику в крупной компании, не стремятся в ней остаться. У них нет мотивации зарекомендовать себя и получить предложение о следующей практике или работе. Работа по графику в офисе кажется скучной и бесперспективной, в то время как известные деятели туриндустрии показывают в своих социальных сетях профессию в сфере туризма совсем иначе: это красивая работа, наполненная постоянными путешествиями, роскошными интерьерами дорогих отелей и отдыхом. Дефицит кадров в туризме позволяет диктовать условия кандидатам, а не работодателям. Поэтому студенты медленно выбирают компанию из огромного множества поступающих предложений.

9. Бытует мнение, что представитель бизнеса легко может научить студентов всем необходимым технологиям, объяснив простым языком. Многие вузы стали приглашать в качестве преподавателей директоров и специалистов туроператорских компаний, менеджеров по продажам туристских агентств, руководителей служб гостиниц и т.д. При этом многие представители туристской индустрии стремятся преподавать в учебном заведении для статуса, не вкладывая в это достаточно ресурсов. Как правило, такие преподаватели не участвуют в методической, воспитательной, научной и иной деятельности кафедры. Они лишены возможности более тесного взаимодействия со студентами в силу временных ограничений. В связи с необходимостью совмещения основной работы и преподавательской деятельности часто преподаватели-практики ставят в приоритет основную работу, отчего страдает учебный процесс.

При этом не все преподаватели-практики с содержательной точки зрения могут дать что-то полезное студентам.

10. Поскольку учебные заведения стали вести открытую политику по отношению к бизнесу, то попасть в учебное заведение с лекцией или мастер-классом стало легко любой профильной организации. От этого рождается новая проблема: не все такие встречи несут ценность для обучающихся. Ряд организаций стремится лишь прорекламировать себя, презентовать свои услуги в целях стимулирования продаж, поэтому организация таких встреч в рамках практической подготовки должна тщательно планироваться и обговариваться с партнерами.

11. Представители отрасли желают получить готовые кадры, не всегда понимая, что их вклад в виде практической подготовки также очень важен. Подготовка кадров представляет собой длительный, систематический процесс с участием как учебного заведения, так и профильной организации. За период обучения студенты проходят ряд практик (их количество зависит от уровня образования или конкурентной образовательной программы), при этом работодателям рекомендуется время прохождения студентами практик засчитывать как опыт работы по профессии [6].

Наряду с проблемами отмечаются и положительные тенденции в области практической подготовки. Прежде всего, бизнес стал активно интересоваться взаимодействием с учебными заведениями. Туристские компании и гостиницы охотно рассматривают предложения о сотрудничестве, часто выходя на контакт по своей собственной инициативе, предлагают разнообразные форматы сотрудничества. Многие профильные организации готовы рассматривать гибкие условия для студентов, желающих совмещать обучение с работой. Кроме того, крупный бизнес осознает важность формирования интереса к профессиям в сфере туризма и гостеприимства еще со школы, поэтому активно участвует в профориентационных мероприятиях, ярмарках вакансий, студенческих фестивалях и т.п.

Таким образом, тесное взаимодействие с партнерами по практической подготовке – залог успешной совместной работы по подготовке качественных специалистов индустрии туризма и гостеприимства. Такая работа позволяет понять и учесть интересы обеих сторон, в результате чего третья сторона – обучающийся – приобретает не только ценный опыт, но и будущее место работы.

Список источников

1. Абазян А.Г., Макарец В.А. Практический подход при подготовке кадров в сфере туризма: проблемы и перспективы // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 69-3. С. 4–8.

2. Захарова В.А. Студенты поколения z: реальность и будущее // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/studenty-pokoleniya-z-realnost-i-buduschee (дата обращения: 05.04.2025).

3. Поколение «ни-ни» на шее у родителей: почему молодежь не хочет ни учиться, ни работать. URL: https://dzen.ru/a/Z2vEhn7nKAkEGEKn (дата обращения: 05.04.2025).

4. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся». URL: https://ivo.garant.ru/#/document/74626874/paragraph/1:0 (дата обращения: 05.04.2025).

5. Радыгина Е.Г., Охрименко Е.И., Пасько Т.В. Организация практической подготовки студентов для индустрии туризма и гостеприимства // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2023. Т. 22, № 3. С. 82–91. DOI 10.20310/1810-231X-2023-22-3-82-91.

6. Чернова Е.В., Баженова И.А. Практические аспекты подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства // Вестник индустрии гостеприимства: Междунар. науч. сборник. Вып. 7. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 56–60.

7. Эксперт. Гостей встречать некому. URL: https://expert.ru/obshchestvo/gostey-vstrechat-nekomu (дата обращения: 05.04.2025).

И.М. Авласенко, Н.М. Борисенко, В.М. Дедок, О.С. Мозговая
Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь

УДК 378:338.48

Инновационные и практико-ориентированные подходы в подготовке специалистов на кафедре международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета

Аннотация. В статье охарактеризованы инновационные и практико-ориентированные подходы в подготовке специалистов по специальности «Менеджмент» (в сфере международного туризма и гостеприимства) Белорусского государственного университета. Отдельное внимание уделено использованию возможностей системы Moodle в размещении образовательного контента для студентов, работе студенческой научно-исследовательской лаборатории «Инновации в туризме», организации выездных занятий и встречам со специалистами-практиками, а также опыту проведения занятий для иностранных студентов магистратуры.
Ключевые слова: менеджмент в сфере туризма и гостеприимства, инновации, Белорусский государственный университет

I.M. Avlasenko, N.M. Borisenko, V.M. Dedok, O.S. Mozgovaya
Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

Innovative and practice-oriented approaches in training specialists at the Department of International Tourism and Hospitality of the Belarusian State University

Abstract. The article describes innovative and practice-oriented approaches to training specialists in the specialty «Management» (in the field of international tourism and hospitality) of the Belarusian State University. Particular attention is paid to the use of the capabilities of the Moodle system in posting educational content for students, the work of the student research laboratory «Innovations in Tourism», the organization of field classes and meetings with practitioners, as well as the experience of conducting classes for foreign master's students.

© Авласенко И.М., Борисенко Н.М., Дедок В.М., Мозговая О.С., 2025

Keywords: management in tourism and hospitality, innovations, Belarusian State University

Подготовка кадров по специальности «Менеджмент» (профилизация: «Менеджмент в сфере международного туризма и гостеприимства») осуществляется на факультете международных отношений Белорусского государственного университета на протяжении около 30 лет. Обучение и выпуск будущих специалистов в этой области обеспечивает кафедра международного туризма и гостеприимства. Инновационные и практико-ориентированные подходы в подготовке специалистов обеспечивают совершенствование образовательного процесса, повышение уровня знаний и навыков студентов, развивают их творческий потенциал, содействуют успешной адаптации в условиях быстро меняющегося мира.

Текущий учебный план для подготовки студентов бакалавриата, принятый в 2023 году, предусматривает комплексное изучение основных тенденций в международном туризме и гостеприимстве на современном этапе его развития. Отличительной чертой указанной специальности является использование междисциплинарного и практико-ориентированного подходов для подготовки менеджеров. Области науки, которые положены в основу подготовки по специальности «Менеджмент», находятся на стыке экономики, менеджмента, коммуникаций, географии, профессиональной языковой подготовки. Особое место при подготовке специалистов в данной сфере отводится иностранным языкам, что обеспечивает свободное владение двумя иностранными языками, а также владение навыками устного и письменного перевода.

Программа обучения направлена на формирование знаний, навыков и умений, позволяющих проводить комплексную аналитическую оценку развития международного туризма и гостеприимства в странах и регионах мира и с учетом этих знаний совершенствовать развитие национального туристского комплекса. Междисциплинарный подход, используемый в организации учебного процесса, обеспечивает подготовку специалистов, обладающих компетенциями по управлению субъектами индустрии туризма и гостеприимства, работой с персоналом. Выпускники владеют основными коммуникациями и маркетинговым инструментарием по продвижению национального турпродукта на международный и региональный рынки.

При организации образовательного процесса используются инновационные подходы и методы преподавания:

• *Эвристический подход,* который предполагает:

– осуществление студентами личностно-значимых открытий окружающего мира;

– творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;

– индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности;

• *Практико-ориентированный подход,* который предполагает:

– приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;

– реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;

– использование способов оценивания, фиксирующих уровень профессиональных компетенций;

• *Методы и приемы развития критического мышления,* которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма, понимание информации как отправного пункта критического мышления;

• *Метод группового обучения,* который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую работу в малых группах над общими и специфическими учебными заданиями.

В образовательном процессе используется контент на образовательной платформе Moodle. Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «География международного туризма» доцент кафедры О.С. Мозговая разработала и разместила в сетевом доступе комплекс учебных и учебно-методических материалов [1]. На образовательном портале БГУ LMS Moodle размещены учебная программа, презентации, методические указания к управляемой самостоятельной работе, требования к материалам текущего контроля и текущей аттестации, позволяющие определить соответствие учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования и учебно-программной документации. Вниманию обучающихся представлены вопросы для подготовки к зачету, тематика управляемых самостоятельных работ, список рекомендуемой литературы и информационных ресурсов.

Среди наиболее эффективных методов и технологий обучения студентов в рамках данной учебной дисциплины следует отметить: дискуссии; проектные методы; презентации с использованием Po-

werPoint; методики активного обучения (например, работа в малых группах над кейсами и т.д.) с целью формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций.

Для дистанционного выполнения подготовлены варианты заданий по отдельным странам туристских макрорегионов (индивидуальные задания и задания для работы в группах для самостоятельного изучения студентами туристско-рекреационных ресурсов и предпосылок развития туризма в странах и регионах мира). Предусмотрено конструирование в рамках индивидуальных и групповых заданий дифференцированного по содержанию, цене, сезонам, целевым приоритетам потребительских сегментов туристского предложения.

Используются матричные инструменты для определения предпосылок, условий и ограничений в развитии видов и форм международного туризма (матрица SWOT-анализа), картографический метод для закрепления знаний о туристско-рекреационных районах и основных туристских центрах ведущих стран по приему туристов, статистические данные Организации Объединенных Наций по туризму для изучения интенсивности и географической структуры въездных и выездных туристских потоков.

Используется метод сценарного маркетингового планирования при разработке дифференцированного туристского предложения по изучаемой стране для различных целевых сегментов потребителей.

В ходе выполнения заданий в группах формируются навыки работы в команде, совершенствуется способность к межличностным коммуникациям, отрабатываются профессиональные компетенции создания конкурентоспособного туристского продукта с учетом приоритетов целевых групп потребителей и туристских возможностей изучаемой страны. Указанные приемы и методы позволяют систематизировать и закрепить полученные на лекциях и семинарах представления о ключевых факторах регионального развития международного туризма, определяющих туристскую специализацию туристских центров, стран и регионов мира, а также овладеть профессиональными приемами систематизации ключевых факторов регионального развития международного туризма и определения туристской специализации стран для разработки конкурентоспособного туристского предложения на рынке выездного туризма Республики Беларусь.

На кафедре международного туризма и гостеприимства БГУ в образовательном процессе важную роль играет взаимодействие с представителями реального сектора. К процессу обучения при-

влекаются эксперты и практики из предприятий (Белинтерэкспо, ЦентрКурорт, КУП «Столица», ООО «Топ Авиа Тикет», Государственное природоохранное учреждение «Березинский биосферный заповедник», «ТрэвэлСофт Консалтинг ООО»; туристские компании: «Топ-Тур», «Вокруг света» и др.), что позволяет студентам изучить специфику функционирования этого сегмента экономики. Подготовка специалистов носит практикоориентированный характер, что позволяет глубже изучить функционирование международного рынка туризма и гостеприимства в современных условиях, опираясь на знания особенностей экономико-социального развития стран и регионов мира, понимать их специфику, ориентироваться в международной политической и экономической обстановке и принимать грамотные управленческие решения.

Практико-ориентированные подходы к обучению были активно задействованы в рамках изучения актуальных вопросов развития индустрии гостеприимства. Здесь можно выделить следующие аспекты:

- проведение образовательных экскурсий в гостиницах с подробным описанием функционала основных департаментов, посещением номерного фонда, конференц-залов и иных имеющихся структурных подразделений;
- приглашение менеджеров среднего и высшего звена управления отелей в качестве спикеров на лекции или семинарские занятия в университет, а также проведение занятий на территории отелей с участием сотрудников;
- совместная организация образовательных тренингов как для студентов, так и для преподавателей вуза на территории отеля с привлечением в качестве лекторов менеджеров среднего и высшего звена управления отеля;
- проведение тематических форумов и конкурсов для студентов на ежегодной основе;
- поддержка образовательных студенческих проектов со стороны гостиничных предприятий, направленных на формирование более четкого представления о специфике трудоустройства в гостиничной сфере, о возможностях карьерного роста и развития в сфере гостеприимства;
- организация практики для студентов с последующим трудоустройством;
- содействие со стороны отелей дальнейшему трудоустройству выпускников по итогам прохождения преддипломной практики и завершения обучения.

К числу наиболее ярких проектов, реализованных на кафедре международного туризма и гостеприимства при поддержке представителей реального сектора, можно отнести:

• тематический форум «Вселенная Hilton» – первый в белорусской индустрии гостеприимства форум для студентов, организованный в рамках празднования 100-летия сети Hilton отелем DoubleTree by Hilton Minsk; в них приняли участие более 200 студентов факультета международных отношений БГУ;

• проект «Гостеприимство – это», реализованный при поддержке отеля DoubleTree by Hilton Minsk; студентам была предоставлена возможность «примерить» на себя образ разнообразных профессий, существующих в гостиничном бизнесе; все образы были представлены на одноименной фотовыставке, приуроченной к празднованию 20-летия кафедры международного туризма БГУ в 2018 году [2, с. 782–783].

В группу инновационных методов входят также практико-ориентированные занятия, в рамках которых студенты привлекаются к научно-исследовательской деятельности. На кафедре международного туризма и гостеприимства с 2013 года функционирует Студенческая научно-исследовательская лаборатория «Инновации в туризме» (далее – СНИЛ), призванная стимулировать научно-исследовательскую работу студентов. С 2016 года СНИЛ руководит доцент кафедры, кандидат экономических наук Н.М. Борисенко, а с 2023 года соруководителем лаборатории выступает старший преподаватель А.Н. Решетникова [5]. Основными тематическими направлениями исследований в рамках СНИЛ являются:

• теоретические и практические аспекты развития инклюзивного туризма в Беларуси и мире;

• инновации в развитии туристской индустрии Республики Беларусь;

• тенденции, инновации и прикладные аспекты развития национального экскурсионного продукта;

• тенденции развития лечебно-оздоровительного туризма, спа- и велнес-индустрии: зарубежный и национальный опыт.

Студенты – участники СНИЛ были вовлечены в реализацию нескольких научно-исследовательских проектов. В период с 2016 года их было реализовано три:

1. Проект «Исследование туристического рынка Беларуси по степени его готовности к внедрению инклюзивных подходов» (2017 г.), результаты которого были внедрены в учебный процесс в рамках дисциплины «Практика организации инклюзивного туризма»;

2. Проект «Создание учебных материалов в видеоформате для студентов специальности “Менеджмент в сфере международного туризма” с целью изучения основ жестового языка, необходимых для коммуникации со слабослышащими и глухими людьми в сфере туризма» (2021–2022 гг.), реализованный при поддержке ОО «Белорусское общество глухих». В результате реализации проекта на образовательной платформе Moodle была начала разработка и наполнение онлайн-курса «Основы жестового языка для коммуникации с людьми с проблемами слуха в сфере туризма», в рамках которого студенты могут освоить дактильный алфавит, этикет взаимодействия с людьми с проблемами слуха, просмотреть обучающие видео на жестовом языке по тематическим блокам, а также почитать полезные ресурсы по теме;

3. Проект «Особенности обеспечения доступности музеев для людей с особыми потребностями» (2022–2023 гг.), в рамках которого проанализирован зарубежный опыт обеспечения доступности музеев для людей с особыми потребностями на примере музеев России, Германии, Великобритании, Испании, США. Отдельное внимание было уделено анализу доступности белорусских музеев на примере Национального художественного музея, Национального исторического музея, Барановичского краеведческого музея и музеев Белорусского государственного университета. В рамках проекта был разработан научно-практический квест «Инклюзивный музей», который был внедрен в учебный процесс кафедры учебных дисциплин «Практика организации инклюзивного туризма» и «Экскурсионный туризм».

Результаты исследований в рамках проекта были представлены на XXVII Международной выставке-ярмарке туристских услуг «Отдых-2025», где получили высокую оценку слушателей и приглашенных экспертов [3].

С недавнего времени новой задачей для коллектива кафедры стала подготовка иностранных студентов магистратуры, для которых была открыта специальность 7-06-0412-01 “Management”, profiling “International Tourism and Hospitality” (for foreign citizens), с преподаванием полного цикла дисциплин на английском языке (срок подготовки – 1 год). Основу студенческих групп составили представители Китайской Народной Республики, многие из которых приехали в Республику Беларусь впервые. В связи с этим практика подготовки будущих специалистов из данной целевой группы имеет свою специфику.

В рамках двух учебных дисциплин – “Cultural Heritage of Belarus” («Культурное наследие Беларуси») и “Research Work” («На-

учно-исследовательская работа») – заведующим кафедрой международного туризма и гостеприимства И.М. Авласенко были организованы несколько выездных занятий для студентов магистратуры из КНР на английском языке. В рамках одного из занятий иностранные учащиеся посетили Национальную библиотеку Беларуси, ознакомились с ее научно-справочным аппаратом, основными типами фондов библиотеки и системой заказа литературы из них. Студенты также заглянули в некоторые специализированные читательские залы. Особый интерес вызвало посещение Китайского центра книги, в котором содержатся разнообразные актуальные материалы по истории, географии, экономике, политической системе Китая, а также наиболее известные книги его философского и литературного наследия. Впоследствии ресурсы этого центра и библиотеки в целом могут быть использованы для подготовки магистерских диссертаций. Во время прогулки по библиотеке студенты магистратуры также посетили ряд открытых выставок. Таким образом, занятие в Национальной библиотеке позволило не только ознакомить студентов с системой поиска литературы, научным потенциалом библиотеки, но и приобщить иностранных слушателей к белорусской истории и культуре.

Другим примером стало занятие по дисциплине “Cultural Heritage of Belarus” в виде пешеходной прогулки по центру Минска. Прогулка стартовала от здания Белорусского государственного университета, продолжилась у Красного костела, через Троицкое предместье – сохранившийся исторический центр Минска, Минскую ратушу, Дом-музей I съезда РСДРП и завершилась у памятника Победы на одноименной площади города. Таким образом, во время экскурсии иностранные слушатели смогли воочию увидеть те памятники архитектуры разных эпох, о которых велась речь на лекционных занятиях, и еще раз повторить пройденный материал.

Для приобщения к научному и культурному наследию Беларуси также планируется организовать выездное занятие в Минский международный выставочный центр БелЭкспо, официально открытый 8 мая 2025 года. Его посещение позволит познакомить китайских студентов магистратуры как с новейшими достижениями белорусской науки, так и с нашей отечественной историей.

Следует отметить, что подобные выездные занятия организуют и другие преподаватели кафедры. Доцент В.М. Дедок в рамках ознакомления студентов с индустрией гостеприимства организует выездные занятия в крупнейших отелях Минска. Кроме того, приглашенный преподаватель, доцент кафедры международных экономи-

ческих отношений Яо Цзяхуэй организовала коллективную поездку студентов в Парк-музей интерактивной истории «Сула» (в 50 км от Минска), в которой приняли участие и зарубежные студенты специальности «Менеджмент» [4].

Таким образом, по мере расширения целевой аудитории, потока абитуриентов, расширения спектра услуг в сфере туризма и гостеприимства, а также расширения зарубежных партнерских связей происходит обновление и разработка новых методов обучения, которые бы отвечали нынешним запросам студентов и иностранных слушателей. Коллектив кафедры международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета стремится поддерживать этот тренд на практико-ориентированность и инновации, поэтому постоянно совершенствует учебно-методическую базу, находится в поиске новых решений.

Список источников

1. География международного туризма // Образовательный портал Белорусского государственного университета. URL: https://edufir.bsu.by/enrol/index.php?id=11 (дата обращения: 01.05.2025).

2. Дедок В.М. Опыт сотрудничества кафедры международного туризма Белорусского государственного университета с предприятиями индустрии гостеприимства (2014–2020 гг.) // Беларусь в современном мире: материалы XXII Междунар. науч. конф., 26 окт. 2023 г. / БГУ, ФМО; редкол: Е.А. Достанко (пред.) [и др.]. М., 2023. С. 779–784.

3. Проекты студентов ФМО на XXVII Международной выставке-ярмарке туристических услуг «Отдых-2025» // Факультет международных отношений БГУ. URL: https://fir.bsu.by/news/news-2025-04-02-04 (дата обращения: 01.05.2025).

4. Путешествие студенческого кружка «ПОИСК» // Факультет международных отношений БГУ. URL: https://fir.bsu.by/news/news-2024/news-2024-04-30-03 (дата обращения: 01.05.2025).

5. Студенческая научно-исследовательская лаборатория «Инновации в туризме» // Факультет международных отношений БГУ. URL: https://fir.bsu.by/students/studentsciene-in-meny/snil-in-menu/sud-lab-it-in-menu (дата обращения: 01.05.2025).

Бисваджит Дас[1], Биресвар Прадхан[2]
[1, 2]Университет JIS, Калькутта, Индия

УДК 37:31

Дедуктивное кодирование раскрывает основные выводы о влиянии Национальной образовательной политики 2020 на общество

Аннотация. Национальная образовательная политика (НОП) 2020 обладает потенциалом для преобразования индийской системы образования в целях широкого общественного развития. Данное исследование изучает ее социальные последствия для позитивного влияния на общество не только в Индии, но и во всем мире. В настоящем исследовании использовался качественный подход с дедуктивным кодированием и тематическим анализом для извлечения значимых и скрытых концепций политики. Для извлечения и понимания тем, связанных с образованием, использовались вторичные источники: документы НОП 2020 и научные статьи. В данном исследовании также используются мнения заинтересованных сторон. Результаты показывают, что улучшение образования и развитие навыков являются основными социальными преимуществами. Также были выявлены проблемы в реализации политики. Подчеркивается эффективность дедуктивного кодирования в выявлении сложного влияния политики, предлагаются ценные перспективы для политиков и преподавателей по оптимизации вклада НОП 2020 в развитие общества.

Ключевые слова: образование, общество, тематический анализ, политика

Введение

Национальная образовательная политика (НОП) 2020 представляет собой знаковую реформу в образовательной сфере Индии. Она направлена на капитальный ремонт системы для удовлетворения требований XXI века. НОП 2020, введенная правительством Индии, подчеркивает справедливый доступ к образованию, развитие навыков обучаемых и целостное образование для содействия общественному прогрессу. С целью сделать Индию глобальной державой знаний, политика решает давние проблемы, такие как образовательное неравенство, устаревшие учебные программы и ограниченные возможности для развития навыков. Однако для преобразования такой

© Бисваджит Дас, Биресвар Прадхан, 2025

целенаправленной политики в ощутимые социальные результаты требуется тонкое понимание ее последствий.

Цель исследования – изучить социальное влияние НОП 2020 с помощью качественного подхода. Дедуктивное кодирование выявляет ключевые идеи. Исследование определяет преимущества и проблемы с точки зрения анализа вторичных данных. Результаты анализа помогают информировать политиков и преподавателей. Это поможет обеспечить эффективную реализацию для получения максимальных социальных выгод.

Обзор литературы

НОП 2020 реформирует индийскую систему образования, сменив такую политику, как Национальная политика в области образования (1986). Ученые сосредоточили внимание на ее идее о всеобщей доступности образования, дошкольном образовании и профессиональной подготовке [3]. Междисциплинарность и согласование технологий в образовании являются одними из наиболее важных факторов политики, направленных на подготовку студентов к динамичной рабочей силе [6]. Существуют потенциальные возможности, успеху которых могут помешать проблемы реализации, нехватка финансирования, подготовка учителей и региональные различия [2]. Дедуктивное кодирование, используемое в качественном методе в рамках существующей структуры, было задействовано для анализа влияния политики [4]. Предварительно определенные коды имеют потенциал систематически выявлять темы и закономерности. Тематический анализ дополняет этот подход, синтезируя более широкие социальные последствия [1]. Предыдущие исследования по образовательной политике во всем мире показывают, что участие заинтересованных сторон и распределение ресурсов имеют решающее значение для успеха [5]. Данное исследование связывает эти идеи с НОП 2020. Оно также изучает ее социальный след.

Методология

В данном исследовании используется качественный дизайн исследования, включающий дедуктивное кодирование и тематический анализ для изучения социального воздействия НОП 2020. Данные были собраны из вторичных источников, включая официальный документ НОП 2020, рецензируемые статьи и общедоступные мнения заинтересованных сторон (например, преподавателей, политиков и студентов). Эти источники были выбраны из-за их актуальности

и достоверности для отражения различных точек зрения на политику. Процесс дедуктивного кодирования начался с заранее определенной структуры кодирования, основанной на ключевых целях НОП 2020: доступ к образованию, развитие навыков, равенство и проблемы реализации. Текстовые данные систематически кодировались с использованием этих категорий. За этим последовал тематический анализ для выявления повторяющихся закономерностей и идей. Мнения заинтересованных сторон были сопоставлены с научными данными для обеспечения надежности. Качественный подход позволил углубленно изучить сложные социальные динамики, но он ограничен отсутствием сбора первичных данных.

Результаты и анализ

Анализ выявил четыре ключевые темы: улучшение доступа к образованию, расширение развития навыков, содействие равенству и препятствия в реализации.

A. *Улучшенный доступ к образованию:* Основная цель НОП 2020 – всеобщее образование. Она включает в себя также уход за детьми и образование в раннем детстве (ECCE). Стремление к этой цели рассматривается как значительное социальное благо. Цель НОП 2020 – снизить количество недоучившихся студентов к 2030 году, поддерживать 100% коэффициент валового охвата (КВО) и преодолевать разрыв между сельскими и городскими районами. Педагоги, а также заинтересованные стороны в образовании высоко оценили включение маргинализированных сообществ в систему образования. Они ссылаются на мировые данные об экономическом влиянии образования, основанного на навыках.

B. *Расширенное развитие навыков:* Профессиональное обучение и междисциплинарное обучение были определены как преобразующие особенности, поскольку они были связаны с древнеиндийской системой образования до того, как британцы разрушили Бхарат (Индию). Древнеиндийское образование основывалось на ПАРА Видье (Духовном образовании) и АПАРА Видье (Техническом образовании). ПАРА и АПАРА Видья вместе формировали полноценное образование, а также балансировали общество для выживания и развития. Образование, основанное на навыках, в совокупности с высокой нравственностью ведет к миру во всем мире.

C. *Содействие равенству:* Гендерная инклюзивность, региональное равенство и поддержка обездоленных групп были повторяющейся темой, на которой сосредоточена политика. Заинтересо-

ванные стороны считают, что такие инициативы, как многоязычное образование, могут расширить возможности языковых меньшинств, развивая социальную сплоченность.

D. *Проблемы реализации:* Значительными проблемами, препятствующими проведению данной политики, являются недостаточное финансирование, нехватка квалифицированных и эффективных учителей и бреши в инфраструктуре, которые могут быть исправлены активными решениями. Заинтересованные стороны выразили обеспокоенность по поводу фактической осуществимости масштабирования реформ по всей Индии – от Кашмира до Каньякумари, или с севера на юг Индии.

Дедуктивное кодирование проявило свое потенциальную полезность при анализе данных тем, так как смогло связать цели политики с социальными результатами.

Обсуждение

Повышение доступности образования и развитие навыков, как показывают результаты, должны изменить индийское общество, чтобы оно стало развитой страной. Профессиональное обучение с улучшенным коэффициентом валового охвата (КВО) обещает долгосрочные выгоды для сокращения неравенства и экономического роста. Политика равенства учитывает исторические диспропорции, потенциально укрепляя социальную структуру. Основные проблемы, возникающие при реализации, являются серьезными угрозами, подрывающими достижения НОП, что соответствует мировому опыту реформирующих политик [7]. Заявленные цели НОП 2020 освещаются с помощью структурированного подхода дедуктивного кодирования. Сила дедуктивного метода заключается в его способности преобразовывать сложные данные в простые и действенные выводы. Например, разрывы в финансировании и обучении могут усугублять проблемы политики. Существуют различия между оптимизмом заинтересованных сторон в отношении социальных выгод и их прагматическими опасениями. Как следствие, необходимы адаптивные стратегии во время внедрения.

Зависимость от вторичных данных является одним из ограничений исследования. Оно может не полностью отражать все реалии заинтересованных сторон, включая коренные. Однако первичные интервью и обсуждения в фокус-группах, включенные в исследование, могут дать значимые сведения о полезности политики.

Заключение

Поскольку Индия находится в процессе осуществления этой образовательной реформы, постоянная оценка будет иметь решающее значение для максимизации ее социальных дивидендов. НОП 2020 преобразует индийское общество за счет улучшенного доступа к образованию, развития навыков и равенства в качестве основных преимуществ. Ее успех зависит от преодоления барьеров. Эффективность дедуктивного кодирования демонстрирует анализ воздействия политики, обеспечивая четкое понимание вклада НОП 2020 в развитие общества. Политики и преподаватели могут получить четкое представление о воздействии политики и использовать его для уточнения стратегий. Тот факт, что политика следует своим обещаниям, является неоспоримым. Образовательная реформа следует ее директивам; постоянная оценка будет иметь решающее значение для максимизации ее социальных дивидендов.

Список источников

1. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Использование тематического анализа в психологии. Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101.

2. Gupta, R., & Rao, S. (2020). Проблемы в реализации образовательных реформ в Индии. Challenges in implementing educational reforms in India, Journal of Education Policy, 35(4), 512–530.

3. Kumar, P., & Sharma, A. (2021). НОП 2020: Шаг к инклюзивному образованию. NEP 2020: A step towards inclusive education, Indian Journal of Educational Studies, 12(3), 45–60.

4. Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña, J. (2014). Качественный анализ данных: Справочник методов. Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. SAGE Publications.

5. OECD. (2021). Обзор образовательной политики 2021: Формирование адаптивных и устойчивых систем. Education Policy Outlook 2021: Shaping Responsive and Resilient Systems. OECD Publishing.

6. Singh, R. (2022). Технологии и развитие навыков в НОП 2020. Technology and skill development in NEP 2020, International Journal of Educational Development, 89, 102–115.

7. UNESCO. (2020). Всемирный доклад по мониторингу образования 2020: Инклюзия и образование. Global Education Monitoring Report 2020: Inclusion and Education. UNESCO Publishing.

Biswajit Das[1], Bireswar Pradhan[2]
[1, 2]JIS University, Kolkata, India

Deducting Coding Reveals Key Insights in NEP 2020's Impact on Society

Abstract. The National Education Policy (NEP) 2020 goals to transform India's education system for societal benefits broadly. This study basically explores societal implications through qualitative approach, employing deductive coding and thematic analysis. This study adopted secondary resources such as NEP 2020, scholarly published articles. This study also adopted stakeholders' opinions. The findings highlight improved access to education and skill development as core societal benefits, while identifying challenges and implementation. This study highlights deductive coding's efficacy in undoing complex policy impacts, offering valuable perspective for policymakers and educators to optimize NEP 2020's societal contributions.
Keywords: education, policy, policymakers, stakeholders

Introduction

The National Education Policy (NEP) 2020 represents a landmark reform in India's education landscape. It aims to overhaul the system to meet 21st -Century demands. NEP 2020, introduced by the Government of India, emphasizes equitable access, skill development, and holistic education to foster societal progress. With a vision to make India a global knowledge superpower, the policy advocates long-standing issues such as educational disparities, outdated curricula, and limited skill building opportunities. However, translating such determined policy into tangible societal outcomes requires a nuanced understanding of its implications.

The focus of the study is to examine the societal impacts of NEP 2020 through qualitative approach. Deductive coding reveals key insights. The study identifies benefits and challenges through secondary data analysis perspective. The findings through analysis help to inform policymakers and educators. It helps to ensure effective implementation for maximum societal benefits.

Literature Review

The NEP 2020 reforms Indian educational system, succeeding policy like the National Policy on Education (1986). Scholars have focused its universal access, early childhood education, and vocational training (Kumar & Sharma, 2021). Multidisciplinary and technology align in

education is one of the most important factors of the policy, which aiming to prepare students for a dynamic workforce (Singh,2022). There are potentialities, but implementation challenges, funding shortages, teacher training, and regional disparities, may hinder its success (Gupta & Rao, 2020).

Deductive coding in qualitative method in pre-existing framework has been used to analyse policy impact (Miles et al., 2014). Predetermined codes have potentiality to reveal themes and patterns systematically. Thematic analysis complements this approach by synthesizing into broader societal implication (Braun& Clarke,2006). Previous studies on education policies globally suggest that stakeholder engagement and resources allocation are critical to success (OECD,2021). This study links the insights with NEP 2020. It also explores its societal footprint.

Methodology

This study adopts a qualitative research design, utilizing deductive coding and thematic analysis to examine NEP 2020's societal impact. Data were collected from secondary sources, including the official NEP 2020 document, peer-reviewed articles, and publicly available stakeholder opinions (e.g., educators, policymakers, and student). These sources were selected for their relevance and credibility in capturing diverse perspective on the policy.

The deducting coding process began with a predefined coding framework based on key NEP 2020 objectives: access to education, skill development, equity, and implementation challenges. Textual data were systematically coded using these categories. It is followed by thematic analysis to identify recurring patterns and insights. Stakeholders' opinions were triangulated with scholarly findings to ensure robustness. The qualitative approach allowed for an in-depth exploration of complex societal dynamics, but it is limited by the absence of primary data collection.

Results and Analysis

The analysis revealed four key themes: improved access to education, enhanced skill development, equity promotion, and implementation hurdles.

A. *Improved Access to Education:* The main goal of NEP 2020 is on universal education. It is included early childhood care and education (ECCE). It developed as a significant societal benefit. The NEP 2020's target to reduce dropout rates by 2030 to maintain 100% Gross Enrolment Ratio (GER) and bridge rural-urban divides. Educators, stakehold-

er of education, praised the inclusion of marginalised communities. It is citing global evidence of skill-based education's economic impact.

B. *Enhanced Skilled Development:* Vocational training and multidisciplinary learning were identified as transformative features as it is connected to Indian ancient education system before British ruined the Bharat (India). The Indian Ancient education was based on PARA Vidya (Spiritual education) and APARA Vidya (Technical education). The PARA and APARA Vidya shaped complete education as well as balanced the society for survive and develop. Skilled based education with high morality leads to peace to the World.

C. *Equity Promotion:* The gender inclusion, regional parity, and support for disadvantaged group was a recurring theme, which is focus of the policy. Stakeholders believe that initiatives like multilingual education could empower linguistic minorities, developing social cohesion.

D. *Implementation Challenges:* The prominent challenges are inadequate fundings, trained and efficient teacher shortage, and infrastructure gaps, which may be mitigated through active way. Stakeholders expressed about actual feasibility scaling reforms across India from Kashmir to Kanyakumari, or North to South of India.

To analyse the themes, the deductive coding has useful as its potentiality. The deductive coding also links policy's objectives to societal outcomes.

Discussion

Enhancing educational access and skill development, findings highlight, must to reshape Indian society to lead developed country. Vocational training with improved Gross Enrolment Ratio (GER) promises long-term benefits to reduce inequity and economic growth. The policy's equity minds historical disparities, potential strengthening social fabric. The main challenges now to implement is one of the prominent threaten to undermine the gains, consistent with global experiences of policy reform (UNESCO,2020).

NEP 2020's stated goals are illuminated through deductive coding's structured approach. The deductive method's strength lies in its ability to clean complex data into simple and actionable findings. As for example, funding and training gaps could amplify the policy's impact. There are differences between stakeholders' optimism about societal benefits with their pragmatic concerns. It is needed for adaptive strategies during rollout.

The reliance on secondary data is one of the limitations. It may not be fully captured all stakeholders' realities including grassroots. Primary

interviews, and focus group discussion incorporate in the research may be meaningful insights of the policy's usefulness.

Conclusion

As India navigates this educational overhaul, ongoing evaluation will be crucial to maximize its societal dividends.

NEP 2020 transforms Indian society through its improved access, skill development, and equity as core benefits. Its success depends on overcoming barriers. The effectiveness of deductive coding demonstrates dissecting policy impacts, providing a clear views of understanding NEP 2020's societal contribution. Policymakers and educators may be insighted and use to refine strategies. It is fact that the policy fulfils its promise. It directs educational overhaul; ongoing evaluation will be crucial to maximize its societal dividends.

References

1. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101.

2. Gupta, R., & Rao, S. (2020). Challenges in implementing educational reforms in India. Journal of Education Policy, 35(4), 512–530.

3. Kumar, P., & Sharma, A. (2021). NEP 2020: A step towards inclusive education. Indian Journal of Educational Studies, 12(3), 45–60.

4. Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. SAGE Publications.

5. OECD. (2021). Education Policy Outlook 2021: Shaping Responsive and Resilient Systems. OECD Publishing.

6. Singh, R. (2022). Technology and skill development in NEP 2020. International Journal of Educational Development, 89, 102–115.

7. UNESCO. (2020). Global Education Monitoring Report 2020: Inclusion and Education. UNESCO Publishing.

ДОКЛАДЫ НА ДИСКУССИОННЫХ ПЛОЩАДКАХ НАУЧНЫХ ШКОЛ

I

МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 640.4:37

Системный подход к обучению профессионалов – путь к сохранению экспертизы в индустрии гостеприимства и повышению престижа профессии

А.И. Абрамов[1], Е.А. Боровских[2]
[1, 2]ABR Hospitality, Москва, Россия

Аннотация. Индустрия гостеприимства в современных условиях трансформации отрасли сталкивается с рядом ключевых вызовов: дефицит квалифицированных кадров, высокая текучесть персонала, цифровая трансформация и растущие ожидания гостей. Поэтому системный подход к обучению профессионалов становится ключевым инструментом для сохранения экспертизы в отрасли, повышения качества сервиса и престижа профессии.

В статье рассматриваются стратегии развития персонала, включая интеграцию академического и корпоративного образования, непрерывное обучение, внедрение цифровых технологий, наставничество и карьерные треки. Особое внимание уделяется модели компетенций, адаптации к новым трендам и созданию мотивационных программ для удержания талантов.

Авторы через анализ практико-ориентированных моделей обучения, разбор реальных бизнес-ситуаций и оценку достижения ключевых показателей эффективности делают вывод о том, что инвестиции в обучение

© Абрамов А.И., Боровских Е.А., 2025

персонала не только снижают текучесть кадров, но и формируют устойчивое конкурентное преимущество, способствуя долгосрочному развитию отрасли.
Ключевые слова: индустрия гостеприимства, системное обучение, дефицит кадров, цифровая трансформация, модель компетенций, инвестиции в человеческий капитал, корпоративный университет, система наставничества и менторство, карьерный путь, корпоративное образование, качество сервиса, престиж профессии, текучесть персонала, эмоциональный интеллект, устойчивое развитие.

A systematic approach to talent development as a key to preserving expertise and elevating professional prestige

A. Abramov[1], E. Borovskikh[2]
[1, 2]ABR Hospitality, Moscow, Russia

Abstract. The hospitality industry is undergoing a period of profound transformation, facing critical challenges such as a shortage of skilled professionals, high staff turnover, digital disruption, and rising guest expectations. In this context, a systematic approach to professional education and talent development has become essential – not only to preserve industry expertise and improve service quality, but also to enhance the overall prestige of hospitality careers.
This article explores strategic approaches to human capital development, including the integration of academic and corporate learning models, continuous professional education, digital learning technologies, mentoring systems, and structured career paths. Special attention is given to competency frameworks, adaptation to emerging industry trends, and the creation of motivational programs designed to retain talent.
Through an analysis of practice-based training models, real-world business scenarios, and measurable performance outcomes, the authors argue that investment in workforce education not only reduces employee turnover, but also creates sustainable competitive advantages – contributing to the long-term growth and resilience of the industry.
Keywords: hospitality industry, systematic learning, talent shortage, digital transformation, competency model, human capital investment, corporate university, mentorship, career development, corporate education, service quality, professional prestige, staff turnover, emotional intelligence, sustainable development

Индустрия гостеприимства в современных условиях – одна из самых быстрорастущих и активно развивающихся сфер экономики страны. Большое внимание уделяется развитию отрасли как одному

из драйверов развития экономики, это связано с динамикой и масштабами индустрии, включающей не только курорты, отели, хостелы, общественной питание, деловые мероприятия, а также поездки, фестивали, конференции, выставки, транспорт, логистику и многие другие бизнес-процессы. По данным статистики, глобальный рынок индустрии в 2024 году оценивается в 4,7 трлн руб. Мировая статистика говорит о том, что 1 из 10 сотрудников в мире работают в гостеприимстве.

Среди факторов стремительного развития можно выделить:

• Увеличение мобильности населения, которое включает в себя развитие туристских направлений и увеличение числа путешествий, в современных условиях соотечественники активно открывают для себя нашу страну, прокладывая новые туристские маршруты и делая шаги к развитию территорий. В свою очередь, отечественные авиакомпании, предлагающие более доступную стоимость билетов, помогают развивать новые направления в туризме;

• Цифровую трансформацию, которая помогает анализировать поведение гостей, предлагая индивидуальные услуги каждому сегменту туристов. В нашу жизнь вошли чат-боты и нейросети, которые помогают оптимизировать операционные процессы, что приводит к улучшению качества сервиса и снижению издержек бизнеса.

Технологии меняют индустрию:

• ChatGPT и подобные продукты – используются для обработки запросов гостей и персонализации сервиса;

• Big Data – помогают прогнозировать спрос и управлять ценообразованием;

• Роботизация – внедрение роботов-консьержей, автоматических систем check-in/check-out.

При этом важно учитывать: 60% сотрудников не готовы к таким изменениям без дополнительного обучения.

Новые потребительские тренды и, как следствие, изучение пути гостя профессионалами индустрии, помогают формировать систему управления качеством услуг, адаптировать гостиничный продукт и максимизировать прибыль, реализуя качественное управление отдельными объектами и целыми территориями. Как пример, совмещение деловых поездок с отдыхом, эко- и гастротуризм и проч. Изменение ожиданий гостей – приоритетное отношение к персонализированному сервису, экологичность и цифровые решения – все это повышает требования к профессионализму сотрудников и системным решениям в операционных процессах отдельных отелей и целых сетей.

Современные гости ожидают:

• индивидуального сервиса (например, подбор меню на основе пищевых предпочтений);

• устойчивых современных практик – отели без пластика, локальные продукты в ресторанах;

• цифрового комфорта – бесконтактные платежи, мобильные ключи от номеров и проч.

Сфера туризма получает новые вызовы, которые стимулируют инновации, к таким вызовам можно отнести:

• Дефицит кадров – самая основная сложность, с которой достаточно давно столкнулся мировой рынок, и наша страна не стала исключением, все открыто говорят, что недостаток сотрудников, учитывая активное развитие отрасли, может стать основным приоритетом и нам нужно обратить самое пристальное внимание на образование будущих отельеров, его практико-ориентированность и учет современных трендов с сохранением традиций отельеров;

• Экономические и политические риски (такие как санкции, пандемия, инфляция, уход международных брендов) показывают высокую адаптивность и восстановительную способность отрасли;

• Развитие внутреннего туризма, и, как следствие, открытие новых локаций для гостей дают сильный толчок развитию территорий и регионов, улучшают инфраструктуру, транспортную доступность и качество жизни населения.

В условиях растущих ожиданий гостей, изменения потребительского поведения, наличия разных предложений и повышения конкуренции, цифровизации и доступности информации, в том числе гостевого опыта, ключевыми факторами успеха становятся качество предоставляемого сервиса и профессиональные компетенции сотрудников. Очевидно, что отрасль сталкивается с дефицитом квалифицированных кадров, высокой текучестью персонала, низкой стабильностью команд и, как следствие, снижением престижа профессии.

По данным онлайн-платформ по поиску работы, таких как HH, Superjob, Avito (в разделе работа) – 76% средств размещения сталкиваются с дефицитом кадров, текучесть сотрудников ежегодно достигает 50–60%, а около 70% работников считают, что работодатели недостаточно инвестируют в развитие компетенции команд.

Учитывая данные факты, рассмотрим, как системный подход к обучению профессионалов помогает сохранить экспертизу в индустрии, повысить уровень сервиса и сделать карьеру в гостеприимстве более привлекательной.

Чтобы преодолеть новые вызовы, компаниям необходим комплексный подход к обучению и развитию персонала. Упорядоченное развитие компетенций становится стратегическим инструментом для сохранения экспертизы в отрасли, повышения стандартов сервиса и престижа профессии.

Ключевыми элементами целостного подхода к обучению являются:

• Интеграция академического и корпоративного образования, которая включает сотрудничество между вузами, колледжами и бизнесом, позволяет создавать, адаптировать и реализовывать учебные программы под реальные потребности отрасли.

Среди примеров успешных практик можно выделить:

– Дуальное обучение (стажировки на реальных объектах индустрии + теория по практико-ориентированным программам, разработанным совместно с бизнесом). Студенты совмещают теорию в вузе с практикой в отелях; компании участвуют в разработке учебных программ;

– Отраслевые сертификации (например, спецкурсы, гранты и программы от лидеров индустрии);

– Корпоративные университеты (опыт и лучшие практики международных сетей, добавление новых трендов и современных подходов).

• Непрерывность обучения и постоянное развитие компетенций: обучение не заканчивается после трудоустройства, а продолжается с использованием дополнительных систем и ресурсов работодателя:

– Использование цифровых платформ как формата обучения, только в соответствии с образовательными целями, например онлайн-курсы хорошо подходят как «предтренинг» и этап контроля знаний, и не рекомендован к использованию для перевода знаний в навыки/действия, формат обучения на рабочем месте – отличный формат отработки практических навыков, геймификация – способ вовлечения команд и приватизации знаний участниками;

– Система наставничества и менторство – важный этап передачи знаний от опытных сотрудников новичкам. Внедрение системы наставничества в отеле помогает улучшить адаптацию новых сотрудников, повысить их профессиональный уровень и укрепить корпоративную культуру.

Технологии, которые важны в современном образовании: VR-тренажеры – например, обучение работе на ресепшн через виртуальную реальность, ИИ-ассистенты – чат-боты, которые помогают сотрудникам быстро находить ответы на вопросы гостей.

Особое внимание к развитию мягких навыков (soft skills) – эмоциональный интеллект, клиентоориентированность, мультикультурная коммуникация.

• Карьерные треки и мотивация как инструмент удержания талантов в индустрии:

– Четкие карьерные пути (прозрачная система развития и оценки – от линейного сотрудника до топ-менеджмента). Часто в компаниях индустрии система обучения сотрудников представлена элементами базового обучения для линейного персонала, для допуска к самостоятельной работе, и не уделяется должного внимания развитию компетенций руководителей и заместителей, которое представляет собой важный аспект развития индустрии;

– Гибкие условия труда и выведение некоторых функций за операционные процессы отеля. Например, передача HR-функций специализированной компании. Этот подход, все более популярный среди независимых отелей, предоставляет независимым отельерам получать доступ к экспертизе и инструментам, характерным для крупных гостиничных сетей;

– Программы лояльности и дополнительные социальные пакеты для сотрудников (бонусы, обучение за счет компании, карьерные треки).

Важно, выбирая стратегию управления и развития командами, ответить себе на вопрос: как удержать таланты?

Горизонтальный рост – возможность перейти из отдела в другой, попробовать себя в смежной специальности, без риска для карьеры, раскрывая таланты.

Ротации между объектами сети – программы обмена между отелями одной сети в разных регионах.

Система признания сотрудников и культура значимости.

Системное обучение повышает престиж профессии и сохраняет экспертов в отрасли, позволяя стратегически говорить о развитии совместно с профессионалами и принятии командных решений.

Когда сотрудники чувствуют, что компания инвестирует в их развитие, то:

– Снижается текучесть кадров – люди остаются там, где ценят их рост;

– Повышается качество сервиса – обученные сотрудники работают эффективнее;

– Формируется экспертное сообщество – профессионалы становятся амбассадорами отрасли;

– Привлекается молодежь – карьера в гостеприимстве начинает ассоциироваться со стабильностью и возможностями.

Как обучение повышает престиж профессии?

– Снижение текучести кадров (компании с системным обучением имеют на 30% меньше текучки (Harvard Business Review);

– Повышение качества сервиса (обученные сотрудники на 40% эффективнее решают вопросы гостей (J.D. Power);

– Формирование экспертного сообщества (профессионалы, прошедшие сертификации, становятся востребованными спикерами и консультантами);

– Привлечение молодежи к программам, позволяющим совмещать работу в отелях с получением образования, дает прирост потенциальных молодых профессионалов на 15% ежегодно.

Системный подход к обучению – это не просто тренд, а необходимость для индустрии гостеприимства. Инвестируя в развитие персонала, компании не только повышают уровень сервиса, но и формируют устойчивое конкурентное преимущество. В долгосрочной перспективе это поможет сохранить экспертизу в отрасли и сделать профессии в сфере гостеприимства более престижными и востребованными. Будущее за теми, кто инвестирует в людей.

Список источников

1. Богданов Е.И., Ковалева А.С. Системный подход к обучению персонала в индустрии гостеприимства: современные тренды // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т. 17, № 1. С. 78–89.

2. ГОСТ Р 57908-2017 «Услуги средств размещения. Общие требования к персоналу». Введ. 2018-07-01. М.: Стандартинформ, 2018. 12 с.

3. Кабушкин Н.И., Шмарова Л.П. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие. 5-е изд., испр. Минск: Новое знание, 2021. 368 с.

4. Ляпина И.Р. Цифровые технологии в профессиональной подготовке кадров для гостиничного бизнеса // Вестник РМАТ. 2022. № 3 (47). С. 34–41.

5. Приказ Минтруда России от 10.12.2021 № 716н «Об утверждении профессионального стандарта “Специалист по гостеприимству”».

6. Ростуризм. Профессиональные стандарты в сфере туризма и гостеприимства / Минэкономразвития РФ. 2024. URL: https://www.russiatourism.ru/contents/regulatory/profstandards/ (дата обращения: 07.04.2025).

7. Соколова А.В. Формирование системы непрерывного обучения персонала в гостиничном бизнесе: автореф. М., 2021. 24 с.

8. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: учебник / пер. с англ. А.В. Борисовой. 8-е изд. М.: Юнити-Дана, 2020. 735 с.

9. World Travel & Tourism Council (WTTC). Global Trends in Hospitality Education: отчет. 2023. URL: https://wttc.org/Research/Insights (дата обращения: 07.04.2025).

УДК 377

Современные инновационные методы, внедряемые в среднем профессиональном образовании

А.А. Здорова[1], Е.В. Михайлова[2]
[1]ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия
[2]ГБПОУ Колледж «26 Кадр», Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются инновационные технологии, которые внедряются в системе среднего профессионального образования, и их влияние на процесс обучения. Авторы приводят примеры сценариев практических занятий с использование интерактивных инновационных технологий, таких как: кейс-задание и проблемное обучение, иллюстрирующие успешное применение таких методов.
Ключевые слова: инновационные методы, обучающиеся, колледж, сервис на транспорте, кейс-задача, проблемное обучение, КИС РМАТ, практическое занятие, интерактивные технологии

Modern innovative methods implemented in secondary vocational education

A.A. Zdorova[1], E.V. Mikhailova[2]
[1]Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia
[2]State Budgetary Professional Educational Institution College «26 Cadre», Moscow, Russia

Abstract. The article discusses innovative technologies that are being implemented in the secondary vocational education system and their impact on the learning process. The authors provide examples of practical training scenarios

© Здорова А.А., Михайлова Е.В., 2025

using interactive innovative technologies such as case studies and problem-based learning, illustrating the successful application of such methods.
Keywords: innovative methods, students, college, transport service, case study, problem-based learning, Corporate Information System, Russian International Academy of Tourism, practical lesson, interactive technologies

Согласно Приказу от 3 июля 2024 г. № 464 Министерства просвещения Российской Федерации «О внесении изменений в федеральные государственные стандарты среднего профессионального образования» и Перечню поручений Президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации от 29 февраля 2024 г. № Пр-616 модернизация среднего профессионального образования в первую очередь направлена на широкое применение современных инновационных методов обучения в колледже [3, 4].

Актуальность исследуемой темы обусловлена использованием современных цифровых технологий в образовательном процессе колледжа по средствам инновационных методов обучения.

Цифровые инновационные технологии буквально ворвались в нашу жизнь, и современные реалии изменили жизнь человека во всех сферах без исключения. Соответственно, профессиональная система образования остро нуждается во внедрении инновационных методов обучения и разработки методик преподавания профессиональных дисциплин на основе этих методов. Интерактивное обучение – это особая форма организации познавательной деятельности, которая заключается в обеспечении постоянного активного взаимодействия и основывается на диалоге, моделировании ситуации предмета исследования, свободном обмене мнениями между преподавателем и обучающимся. Такое взаимное обучение приводит к равноправию субъектов процесса обучения, но при этом преподаватель является настоящим лидером в группе обучающихся, организатором инновационной модели процесса обучения. Данная модель обучения в корне меняет привычные роли участников процесса обучения:

- основная функция преподавателя – это модератор процесса обучения, который создает условия для выполнения разноплановых ситуационных профессиональных задач и эффективного общения внутри группы обучающихся;
- пассивный «прием» информации обучающимися в инновационной модели невозможен, так как та информация, которая передается от преподавателя обучающемуся, побуждает последнего к активной деятельности: обсуждению, возможности высказать ин-

дивидуальную точку зрения, коллегиально принимать решения по заданной практической задаче [1].

Основные цели применения цифровых инновационных интерактивных методов обучения в колледже способствуют созданию развивающейся инклюзивной образовательной среды, которая моделирует глубочайшее погружение в дисциплину, обеспечивает высокую мотивацию обучающихся, формирует модели поведения и достижения качественного освоения учебной дисциплины. Задачи моделей инновационных методов обучения представлены следующим образом:

- индивидуализация учебного процесса, который адаптирован в соответствии с практическими профессиональными ситуациями, что создает более гибкое восприятие информации у каждого обучающегося;
- обеспечение персонализированной рефлексии;
- повышение вовлеченности обучающихся в инновационный процесс получения нового опыта и знаний;
- развитие критического мышления как индивидуально, так и коллегиально;
- формирование навыков общения (активное слушание, владение приемом «вопрос – ответ», ведение конструктивного диалога, работа в команде) [5].

Одномоментное применение задач моделей инновационных методов обучения гарантирует глубокое погружение в изучение дисциплины, а также полученные знания усваиваются быстро и качественно, потому что для них уже создано практическое применение.

Современные инновационные методы интерактивного обучения в колледже находят применение в таких технологиях, как:

- кейс-задание;
- проблемное обучение.

Суть интерактивной технологии кейс-задания заключается в формировании у обучающихся знаний, умений и личностных качеств на основе анализа и решения реальной или смоделированной проблемной ситуации. Обучающимся предоставляется описание ситуации, содержащей проблему (противоречие, вопрос), способную спровоцировать дискуссию и активное обсуждение. Им предлагается на основе имеющихся знаний и изучения дополнительных источников информации проанализировать ситуацию, разобраться в проблеме, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. В ходе решения кейса происходит развитие системы ценностей обучающихся, их жизненных установок и формирование практических

навыков: обучающиеся учатся аргументировать, доказывать и обосновывать свою точку зрения, принимать коллективное решение [1].

В качестве примера рассмотрим сценарий практического занятия с применением одной из моделей инновационного метода обучения – интерактивной технологии кейс-задания.

Модуль: Особенности применения кейс-технологии на занятиях в СПО

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Дисциплина: 43.02.06 «Сервис на транспорте (по видам транспорта)».

Тема: 1.7 «Работа в контактной зоне. Пространство контакта и технологии продаж потребительских товаров».

Образовательная технология: кейс-технология.

Этап учебного занятия: практическая работа.

Цель для обучающегося: Изучить методы определения потребности пассажиров, удовлетворяемых в контактной зоне. Пространство контакта и технологии продаж потребительских товаров и услуг. Развить навыки командной работы и решения задач в сфере продаж и маркетинга. Оценить эффективность различных методов на практике.

1. Описание прототипа кейса:

- Выполнить три задания по определению потребностей пассажиров в различных товарах и услугах (размещается на слайде ссылка и QR-код);
- Вопросы каждого задания и ответы занести в соответствующие таблицы;
- Выполненную работу обучающийся размещает в КИС РМАТ для проверки преподавателем [6].

2. Описание сценария занятия:

Перед выполнением задания преподаватель инструктирует студентов, объясняя как успешно выполнить задание (внимательно прочитать задание и теоретические пояснения к задачам).

Формат организации этапа: самостоятельная работа, модерация занятия со стороны преподавателя. Помощь студентам в решении заданий.

На этом этапе также применяются технологии развития когнитивных способностей обучающегося (критическое, креативное мышление), способность понимать прочитанный текст с профессиональной терминологией и умение сформулировать ответы на вопросы. Затем применяется технология группового обучения – опи-

сываются общие принципы организации определения потребностей пассажиров, удовлетворяемых различными товарами и услугами.

Заключительный этап – преподаватель проверяет работы студентов в КИС РМАТ и объявляет оценки на основании критериев оценивания [2].

Поэтапный тайминг практического занятия представлен в табл. 1.

Таблица 1

Сценарий практического занятия по интерактивной технологии кейс-задания

Этап / время	Содержание деятельности преподавателя	Содержание деятельности студента
90 минут	1. Преподаватель проводит краткий инструктаж обучающихся, с разъяснением как успешно выполнить задание, а именно: внимательно прочитать задание и теоретические пояснения к задачам. 2. Преподаватель оказывает помощь тем обучающимся, у которых возникли трудности в выполнении заданий, акцентируя внимание всей группы на подобный вопрос и как его решить правильно. 3. Преподаватель проверяет работы и объявляет оценки на основании критериев оценивания	1. Слушают и смотрят на слайде инструктаж с разъяснением как успешно выполнить задание, а именно: внимательно прочитать задание и теоретические пояснения к задачам. 2. Выполняют три задания по определению потребностей пассажиров в различных товарах и услугах, предварительно перейдя по ссылке или QR-коду. Ответы заносят в соответствующие таблицы. 3. Результаты выполнения задания обучающиеся выкладывают в КИС РМАТ для проверки преподавателем

Содержание проблемного обучения сводится к технологии образования, в которой преподаватель на занятии предлагает одну проблемную ситуацию, а обучающиеся самостоятельно ее разрешают. Такой подход помогает творческому овладению знаниями и развитию мыслительных способностей обучаемых. Цель проблемного обучения заключается в том, чтобы обучающийся не только усвоил

новые знания, но и прошел весь путь их получения в ходе активного самостоятельного поиска с применением цифровых инновационных инструментов, таких как искусственный интеллект [6].

Наглядным примером может послужить сценарий практического занятия.

Модуль: Особенности применения проблемного обучения на занятиях в СПО

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Дисциплина: 43.02.06 «Сервис на транспорте (по видам транспорта)».

Тема: 1.7 «Работа в контактной зоне. Пространство контакта и технологии продаж потребительских товаров».

Образовательная технология: проблемное обучение.

Этап учебного занятия: практическая работа.

Цель (для обучающегося): Изучить и применить техники, помогающие контролировать эмоциональное напряжение при взаимодействии с пассажиром.

Поэтапный тайминг практического занятия представлен в табл. 2.

Таблица 2

Сценарий практического занятия по интерактивной технологии проблемного обучения

Этап занятия/ время	Действия преподавателя	Содержание деятельности обучающихся	Задание для обучающихся
1 этап. 40 минут	Ролевая игра «Активное и эмпатическое слушание». Преподаватель дает краткое объяснение	Групповая работа (делятся на пары). Обсуждение в парах и обмен впечатлениями	Ролевая игра «Активное и эмпатическое слушание»: Обучающиеся делятся на роль стюарда и роль пассажира. Задача: стюарду – использовать технику активного слушания и эмпатию. Обсуждение в парах и обмен впечатлениями

Окончание табл. 2

Этап занятия/ время	Действия преподавателя	Содержание деятельности обучающихся	Задание для обучающихся
2 этап. 20 минут	Упражнение «Паузирование»: Преподаватель зачитывает и раздает раздаточный материал: проблемная ситуация с претензией (задержка рейса и отсутствие предрейсового обслуживания (не предоставили воду)	Групповая дискуссия о визуализации	Упражнение «Паузирование»: обучающиеся практикуются в использовании пауз перед ответом. Обсуждение важности и эффекта пауз в общении. Обсуждение: как представление положительных исходов может снизить эмоциональное напряжение. Обучающиеся делятся личными примерами, когда визуализация помогала
3 этап. 30 минут	Подведение итогов занятия и обсуждение, как регулярное использование техники может улучшить взаимодействие с пассажирами	Обучающиеся делятся тем, что узнали и как применят технику в будущем	Обучающиеся делятся тем, что узнали и как применят технику в будущем

Согласно перечню поручений президента Российской Федерации В.В. Путина для Федерального собрания, ключевые поручения связаны с модернизацией по внедрению инновационных методов обучения в среднем специальном образовании:

• разработка национального проекта «Кадры», который предусматривает подготовку специалистов среднего звена для отраслей образования, здравоохранения, культуры, сферы услуг, туризма

и творческих индустрий в рамках федерального проекта «Профессионалитет»;

• внесение изменений в основные профессиональные образовательные программы по направлениям подготовки и специальностям в области педагогики в части, касающейся повышения уровня предметной и практической подготовки обучающихся, начиная с первого курса [3].

Подводя итоги, можно сказать о том, что внедрение различных моделей интерактивных инновационных технологий обучения в колледже на занятиях по профессиональным дисциплинам вносит, прежде всего, элемент новизны в структуру традиционного занятия. А сам процесс цифровой информатизации современной образовательной среды интересен и обеспечивает познавательную активность обучающихся.

Список источников

1. Зельдович Б.З. Активные методы преподавания управленческих дисциплин. Ситуационное обучение: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2025. 405 с. URL: https://urait.ru/bcode/566391 (дата обращения: 11.04.2025).

2. Корпоративная информационная система (КИС) PMAT. URL: https://rmat.ru/ (дата обращения: 08.04.2025).

3. Перечень поручений Президента Российской Федерации Федеральному собранию Российской Федерации от 29 февраля 2024 г. № Пр-616 «Модернизация среднего профессионального образования». URL: https://minobr74.ru/uploads/100/6/section/401/2024/2024.11.01_CHekmeneva.pdf?1730864856262&ysclid=m9cs2y6v8n502336735 (дата обращения: 11.04.2025).

4. Приказ от 3 июля 2024 г. № 464 Министерства просвещения Российской Федерации «О внесении изменений в федеральные государственные стандарты среднего профессионального образования». URL: https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=477204 (дата обращения: 11.04.2025).

5. Соколков Е.А. Проблемно-модульное обучение: учеб. пособие. Новосибирск, 2024. 392 с.

6. Справочник «НейроПомощники Преподавателя». URL: https://on-skills.ru/freeai?utm_source=rsy&utm_medium=cpc&utm_campaign=ai&utm_content=1ai&yclid=6040334195218186239 (дата обращения: 11.04.2025).

УДК 338.48

Особенности преподавания туристских дисциплин в профильных вузах в современных условиях

Н.Н. Лагусева[1], Ю.М. Лагусев[2]
[1]ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия
[2]ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех», Москва, Россия

Аннотация. Объектом исследования проблем качественной подготовки бакалавров туризма, ориентированной на практику, является организация образовательного процесса по туристским дисциплинам в современный период.
Ключевые слова: методика преподавания, образовательный процесс, диверсификация, туристское образование

Features of teaching tourism disciplines in specialized universities in modern conditions

N.N. Laguseva[1], Yu.M. Lagusev[2]
[1]Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia
[2]Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia

Abstract. The object of research of the problems of qualitative training of bachelors of tourism, focused on practice, is the organization of the educational process on tourism disciplines in the modern period.
Keywords: teaching methods, educational process, diversification, tourism education

В современных реалиях взаимодействия российской экономики и высшего образования основой деятельности будущего специалиста является не только получение суммы теоретических знаний, освоение компетенций, но, прежде всего, накопление опыта решения практико-ориентированных задач.

Преподаватель в настоящее время часто выступает с позиции модератора, помогая студентам осмыслить изучаемый материал, дидактические моменты и предложить свой вариант практического решения проблемы. Там, где сложилась устойчивая практика совместного обсуждения содержания занятий, со временем фор-

© Лагусева Н.Н., Лагусев Ю.М., 2025

мируются субъект-субъектные отношения. Такого рода отношения предполагают постоянную активность как со стороны преподавателя, так и со стороны студента. Помогает этому и темп занятия, заданный ритм вопросов для обсуждения. Надолго запомнятся всем студентам семинары, где у каждого есть свой контрольный вопрос, где за точные, аргументированные ответы улучшается рейтинговая позиция студента и повышаются шансы на отличную оценку на экзамене или зачете.

Одновременно и преподаватель постоянно стажируется и проверяет собственные знания, укрепляет свой педагогический авторитет.

В туристском вузе это всегда проходит по-особенному, ведь сложно туризму научить в аудитории.

Как отмечают в своей статье П.Н. Мирошниченко, М.А. Игошева, Р.Х. Болотбиева, ссылаясь на точку зрения Дж. Трайба, «в формировании учебной программы по туризму должны учитываться три компонента: феноменологический мир туризма, мир знаний о туризме, который понятийно воспроизводит феноменологический мир туризма, и мир туристского бизнеса [3].

Отечественный опыт организации туристского образования также основывается на феноменологии туризма и путешествий [2] и природосообразности, на освоении туристских технологий.

Изучая видовое разнообразие туризма, важно не останавливаться на констатации наиболее перспективных видов, а заглядывать вперед, на перспективу развития внутренних и международных туристских потоков, современные тенденции развития внутреннего туризма через призму реализации Национального проекта «Туризм и гостеприимство», Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года и другие нормативно-правовые документы государственных органов регулирования сферы туризма [5].

В последнее время многие туристские вузы России отмечали тридцатилетие начала подготовки туристских кадров высшей квалификации. Первоначально в современной России подготовка велась в основном в рамках направления «Менеджмент» и специальности «Менеджмент организации». Затем были открыты направления «Туризм» и Гостиничное дело» бакалаврской и магистерской подготовки.

Ученые и педагоги современного российского высшего образования решают задачу, крайне важную для сферы туризма, которая заключается в определении ключевых направлений трансформации уже стабильно функционирующей системы профессионального туристского образования в связи со структурными, количественными

и качественными изменениями на рынке туристских и гостиничных услуг, реализацией стратегических приоритетов развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах Российской Федерации.

Туристское образование в целом очень многогранно. Вузы готовят кадры разных направлений и специальностей со знаниями и умениями управленческого, экономического, технологического, технического, научного и другого характера.

Подготовка по учебным дисциплинам туристского направления помогает решать задачи будущего трудоустройства. Среди них и «Виды и тенденции развития туризма». Изучение данной дисциплины основывается на знании, например, таких дисциплин, как «Основы туризма и туристской деятельности», «Ресурсосбережение в индустрии туризма», «Индустрия туризма в России и за рубежом», «Технология и организация сервисной деятельности в туризме».

Это могут быть проекты-первопроходцы и проекты-начинатели: создание логотипа туристской территории с помощью нейросети; самостоятельное формирование характеристик туристского бренда территории на основе полученных в ходе обучения знаний и компетенций и др.

Преподаватель туристского вуза должен быть всегда на шаг впереди туристской деятельности, иметь стратегию образования в рамках учебной программы, дающей самый широкий простор для творческого воплощения будущих проектов.

Важно знать аналитическую информацию, имея в виду и мировую статистику, и мировые тренды, информацию о госпрограммах по развитию туризма в российских регионах. Перспективные виды туризма, специфика профессии и воплощение необходимых характеристик в кадровую политику дают обучающемуся преимущество при выборе траектории дальнейшего профессионально-личностного развития.

Дефицит кадров становится все острее, в стране открываются новые отели и курортные территории, в создание которых вкладываются инвесторы. Благодаря развитию видового разнообразия сфера туризма стремится к устойчивости, к совершенствованию технологий и организации туристской деятельности. Если раньше, например, для будущих бакалавров направления «Гостиничное дело» дисциплины туристского цикла не были актуальны, поскольку они напрямую не связаны с технологией обслуживания в средствах размещения, то сейчас студенты активно участвуют в практических занятиях по решению задач определения всех ключевых перспектив

видового разнообразия туризма и порой в результатах обучения по ряду параметров освоения курса опережают студентов направления «Туризм».

Потребность работодателей в работниках-универсалистах приобретает устойчивый характер. Как правило, это, прежде всего, выпускники по профилю менеджмента туризма с освоенными компетенциями и способностями обосновывать, выбирать и применять технологии обслуживания туристов по видам туризма и типам туристских предприятий и объектов [4].

Предпочтение, как правило, отдается тем выпускникам, кто может разбираться в перспективных туристских трендах, сочетать в себе навыки администрирования со знанием операторских систем бронирования, рекламной деятельности, систем безопасности, иностранного языка и др.

Образование, сориентированное на практику, является ключевым направлением в деятельности образовательных организаций туристского профиля. Все участники образовательного процесса и практической деятельности в сфере туризма понимают необходимость сочетания нынешней системы образования и предпринимательства. С этой целью методика преподавания также претерпевает изменения.

Вот только некоторые особенности преподавания туристских дисциплин в вузе. Многие педагоги используют игровые технологии: деловые игры, имитационные ситуации, ролевые сюжеты, в которых моделируются профессиональные проблемы. Применение кейс-технологий обеспечивает вовлечение студентов в решение задач, характерных для их профессии. Также кейс-технологии позволяют включить в процесс обучения элементы исследования, активизировать у обучающихся стремление к самостоятельной учебной деятельности, развить индивидуальный стиль освоения знаний.

Вовлечение студентов в проектную деятельность дает возможность сочетать самостоятельность, творчество, развивать «предпринимательскую жилку», глубже проникать в туристскую деятельность. И, наконец, использование выездных практических занятий сразу дает ощутимый результат в освоении дисциплин учебного плана туристского профиля. При том, что профили туристского образования находятся в постоянной диверсификации по отношению к направлению «Туризм» как на уровне бакалавриата, так и на уровне магистратуры.

Понятие диверсификации в профессиональном туристском образовании ввел А.И. Сесёлкин в 2003 году [4]. Эта трансформация

происходит гармонично и естественно по мере развития образовательной парадигмы сферы туризма. Привлекается все более широкая палитра профессиональных квалификаций, профессий будущего, которые логично вливаются в туристское пространство.

Так, по мнению экспертов туристской отрасли и индустрии гостеприимства, а также прогнозов ученых, к 2030 году спрос на определенные профессии существенно возрастет, а новые технологии и экологические стандарты сформируют уникальные рабочие места.

Рассмотрим, какие профессии в индустрии туризма будут наиболее востребованы в ближайшем будущем.

Специалисты по устойчивому туризму. С увеличением осведомленности о влиянии туризма на окружающую среду растет спрос на экологически ориентированные путешествия.

К 2030 году востребованными будут: консультанты по устойчивому туризму; разработчики экологически чистых туристских маршрутов; экологи гостиничного бизнеса. Эти специалисты помогут снижать экологический след туристской индустрии и внедрять стратегии ответственного потребления.

Менеджеры по цифровому туризму и аналитике данных. Цифровизация кардинально изменила туризм, и этот процесс продолжится. Востребованными станут: специалисты по анализу данных и прогнозированию туристских потоков; разработчики туристских приложений и виртуальных туров; менеджеры по автоматизации процессов бронирования и персонализации услуг. Благодаря этим специалистам туристские компании смогут эффективнее адаптироваться к предпочтениям клиентов и предлагать персонализированные услуги.

Эксперты в сфере медицинского и оздоровительного туризма считают, что с ростом популярности велнес-туризма и медицинских путешествий увеличится потребность в консультантах по оздоровительным программам, менеджерах санаторно-курортного отдыха, организаторах медицинских туров. Эти профессии будут особенно востребованы в странах с развитой медицинской инфраструктурой, предлагающих лечение и восстановление на высоком уровне.

Специалисты по роботизированному и бесконтактному обслуживанию. Технологии искусственного интеллекта и автоматизации уже начали внедряться в индустрию гостеприимства. К 2030 году возрастет спрос на инженеров по разработке роботизированных решений для гостиниц и ресторанов, менеджеров по внедрению бесконтактных сервисов, IT-специалистов для поддержки гостиничных

и ресторанных систем. Использование роботов и искусственного интеллекта поможет значительно улучшить качество обслуживания гостей и оптимизировать работу отелей и ресторанов.

Гиды и организаторы эксклюзивных путешествий. Несмотря на развитие технологий, личное сопровождение в туризме останется важным фактором. Востребованными будут гиды по уникальным направлениям и авторским маршрутам; организаторы приключенческих и культурных туров, специалисты по гастрономическому туризму. К 2030 году путешественники будут искать более глубокий и персонализированный опыт, что увеличит спрос на эксклюзивные и уникальные туристские предложения [1].

Туристская индустрия продолжает эволюционировать, открывая новые профессиональные возможности, а значит и туристское образование не должно стоять на месте; только совместными усилиями мы сможем подготовить конкурентоспособных специалистов для развития внутреннего туризма в России.

Список источников

1. Единый центр высшего дистанционного образования. URL: https://ecvdo.ru (дата обращения: 10.04.2025).

2. Зорин И.В. Феноменология путешествий: монография: в 8 ч. М.: Советский спорт, 2010.

3. Мирошниченко П.Н., Игошева М.А., Болотбиева Р.Х. Туристское образование в контексте глобализации (по материалам зарубежных источников) // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17, № 7. С. 47–53.

4. Сесёлкин А.И. Диверсификация профессионального туристского образования: монография. М.: Советский спорт, 2003. 240 с.

5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р.

УДК 37:1

О некоторых подходах к формированию представлений о коллективизме и индивидуализме у студентов туристского вуза в процессе изучения философии

Н.А. Лоншакова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены современные подходы к интерпретации понятий коллективизма и индивидуализма и диалектика их взаимодействия.
Ключевые слова: коллективизм, индивидуализм

On some approaches to the formation of ideas about collectivism and individualism in students of a tourism university in the process of studying philosophy

N.A. Lonshakova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. This article examines modern approaches to the interpretation of the concepts of collectivism and individualism and the dialectic of their interaction.
Keywords: collectivism, individualism

Индивидуализм в философии представляет собой философскую концепцию, которая акцентирует внимание на ценности и правах индивидуальной личности. Он подчеркивает уникальность каждого человека, его свободу выбора и самостоятельность в принятии решений. Индивидуализм утверждает, что интересы индивида должны быть приоритетными перед интересами коллектива или общества.

Исторический аспект возникновения индивидуализма показывает, что его развитие было постепенным и многогранным. Оно происходило под влиянием различных философских, культурных и со-

© Лоншакова Н.А., 2025

циальных факторов и продолжает оставаться важной темой в современном обществе.

Коллективизм в философии, напротив, придает большое значение общности и коллективным интересам. Он подчеркивает важность сотрудничества, взаимопомощи и общих целей в рамках общества. Коллективизм утверждает, что благополучие группы или сообщества имеет приоритет перед индивидуальными интересами.

Исторический контекст возникновения коллективизма связан с необходимостью выживания и взаимодействия в различных социальных и экономических условиях на протяжении многих веков.

Г. Хофстеде [1] в своей модели рассматривал понятия «индивидуализм» и «коллективизм» как два взаимоисключающих полюса некоего теоретического континуума, которые по-разному определяют приоритеты и ценности в обществе.

Глобальные процессы, такие как: глобализация и миграционные процессы, цифровизация и социальные сети, изменение роли государства и общественных институтов, экологические вызовы и устойчивое развитие, этические дилеммы в условиях неопределенности, кризис традиционных ценностей, межкультурный диалог и взаимопонимание, влияние социальных движений, привели тому, что в настоящее время коллективизм и индивидуализм уже не рассматриваются как два взаимоисключающих полюса. Напротив, оба понятия могут сосуществовать и, в зависимости от ситуации, в большей или меньшей степени проявляться в каждой культуре, у каждого человека.

Закон единства и борьбы противоположностей в контексте индивидуализма и коллективизма означает, что эти два явления, кажущиеся противоположными, на самом деле тесно связаны, взаимодействуют и оказывают влияние друг на друга.

Диалектика взаимодействия индивидуализма и коллективизма заключается в том, что эти две тенденции могут сосуществовать и взаимодействовать даже в одном сообществе, создавая сложную и многогранную картину.

Например:

1. *Профессиональная сфера.* В некоторых компаниях могут присутствовать элементы как коллективизма (например, работа в команде над проектами), так и индивидуализма (например, поощрение индивидуальных достижений и инноваций). Сотрудники могут работать в коллективе, но при этом иметь возможность проявлять свою индивидуальность и предлагать новые идеи.

2. *Социальные группы.* В обществе могут существовать различные группы и сообщества, где ценятся как коллективные, так и индивидуальные качества. Например, в некоторых организациях или клубах могут поощряться как командная работа, так и личные достижения членов группы.

3. *Культурные мероприятия.* В рамках одного общества могут проводиться мероприятия, которые объединяют людей (например, праздники или фестивали), но при этом предоставляют возможность для индивидуального самовыражения (например, через искусство, музыку или танцы).

4. *Образовательные системы.* В образовательных учреждениях могут сочетаться коллективные проекты и индивидуальные задания. Студенты могут работать в группах над некоторыми задачами, но также иметь возможность проявить свои индивидуальные способности и таланты.

5. *Смешанные культурные среды.* В обществах, где сосуществуют различные культурные традиции, люди могут одновременно придерживаться как коллективных, так и индивидуалистических ценностей. Например, в многонациональных и мультикультурных странах люди могут сочетать уважение к традициям и семейным ценностям со стремлением к самореализации и независимости.

Все выше названное позволяет современникам давать новые интерпретации понятиям индивидуализма и коллективизма.

Современные интерпретации индивидуализма могут включать в себя несколько аспектов и рассматриваться с разных позиций:

Право на самоопределение и личную свободу. В современном обществе индивидуализм часто ассоциируется с правом каждого человека на выбор своего пути, образа жизни, убеждений и ценностей. Это включает в себя свободу выражения мнений, выбора профессии, места жительства и т.д.

Фокус на самореализации и личностном росте**.** Индивидуализм подчеркивает важность развития индивидуальных способностей, талантов и потенциала. Это может включать в себя стремление к образованию, профессиональному росту, личностному развитию и самосовершенствованию.

Защита индивидуальных прав и свобод**.** В современном обществе индивидуализм часто выступает за защиту прав человека, включая право на свободу слова, собраний, вероисповедания и т.д.

Автономное принятие решений**.** С позиций индивидуализма человек должен иметь возможность самостоятельно принимать ре-

шения, основываясь на своих ценностях, убеждениях и интересах, а не на внешних предписаниях или групповых нормах.

Уважение к разнообразию и индивидуальности**.** Современные интерпретации индивидуализма могут поддерживать идею о том, что разнообразие индивидуальных взглядов, культур и образов жизни обогащает общество. Это может включать в себя признание и уважение к различным жизненным стилям, убеждениям и ценностям.

Персонализация потребления и образа жизни**.** В современном потребительском обществе индивидуализм проявляется в стремлении к персонализации всего – от одежды и аксессуаров до выбора технологий и способов отдыха. Люди стремятся выразить свою индивидуальность через потребление.

Самостоятельность в социальных и личных отношениях**.** Индивидуализм может также означать стремление к независимости в социальных и личных отношениях, выбор партнера или образа жизни на основе личных предпочтений и ценностей, а не социальных ожиданий.

Инновационность и предпринимательский дух. В экономическом контексте индивидуализм может проявляться в стремлении к инновациям, предпринимательству и созданию собственного бизнеса, что способствует экономическому развитию и разнообразию.

Современные интерпретации коллективизма, в свою очередь, также могут включать в себя несколько аспектов:

Поддержка общих целей и ценностей**.** В коллективистских обществах люди часто ориентированы на достижение общих целей и поддержание коллективных ценностей: сотрудничество и взаимопомощь для достижения общих интересов, благополучие сообщества, сохранение культурных традиций, защита общих прав.

Социальная солидарность и взаимозависимость**.** Коллективизм подчеркивает важность социальных связей и взаимозависимости между членами общества. Люди могут чувствовать себя частью большой общности и стремиться поддерживать друг друга в трудные времена.

Приоритет групповых интересов над индивидуальными интересами**.** В некоторых интерпретациях коллективизма групповые интересы могут ставиться выше индивидуальных. Это может проявляться в готовности жертвовать личными интересами ради блага группы или сообщества.

Участие в общественной жизни и гражданской активности**.** Коллективизм может способствовать активному участию в обществен-

ной жизни, включая волонтерскую деятельность, участие в общественных организациях и гражданских инициативах. Люди могут чувствовать ответственность за благополучие своего сообщества и стремиться вносить свой вклад в его развитие.

Сохранение традиций и культурного наследия**.** В некоторых коллективистских обществах большое значение придается сохранению традиций, обычаев и культурного наследия. Люди могут стремиться передавать эти ценности из поколения в поколение и поддерживать их в своей жизни.

Совместное принятие решений**.** В коллективистских обществах решения часто принимаются коллективно, с учетом мнений и интересов всех членов группы. Это может способствовать более гармоничному и сбалансированному подходу к принятию решений.

Поддержка социального равенства и справедливости**.** Некоторые интерпретации коллективизма могут включать в себя стремление к социальному равенству и справедливости. Люди могут выступать за распределение ресурсов и возможностей на основе потребностей группы, а не индивидуальных достижений.

Коллективное потребление и образ жизни**.** В некоторых культурах коллективизм проявляется в стремлении к совместному потреблению и образу жизни, совместному использованию ресурсов, таких как жилье, транспорт или инструменты, а также в общих традициях и обычаях в проведении досуга.

Таким образом, современные интерпретации индивидуализма и коллективизма могут варьироваться в зависимости от культурных, социальных и философских контекстов, в которых они развиваются.

Взаимодействие коллективизма и индивидуализма в обществе может проявляться в различных аспектах жизни и приводить к разным последствиям:

Баланс между личными и коллективными интересами. В реальной жизни часто приходится находить баланс между стремлением к самореализации и желанием сотрудничать с другими людьми, поддерживать общественные ценности и цели. Например, человек может стремиться к личным достижениям в рамках работы в команде или организации, где важны как индивидуальные компетенции, так и коллективные усилия.

Социальные программы и инициативы. Коллективистские тенденции могут проявляться в поддержке социальных программ, направленных на улучшение жизни общества в целом. Однако для эффективной реализации таких программ часто требуются инициа-

тива и активность отдельных людей, что связано с индивидуалистическими ценностями.

Образование и воспитание. Система образования может стремиться к развитию как индивидуальных способностей и талантов, так и социальных навыков, необходимых для сотрудничества и взаимодействия в коллективе. Это требует баланса между индивидуалистическими и коллективистскими подходами в образовательной практике.

Экономические отношения. В экономике взаимодействие индивидуализма и коллективизма может проявляться в форме конкуренции и сотрудничества. Например, предприниматель может стремиться к личному успеху (индивидуализм), но при этом учитывать интересы партнеров, сотрудников и общества в целом (коллективизм).

Культурные и социальные нормы. В разных культурах и обществах могут сосуществовать и взаимодействовать индивидуалистические и коллективистские ценности. Это может приводить к формированию уникальных культурных и социальных норм, которые учитывают как индивидуальные права и свободы, так и общественные ожидания и требования.

Социальные движения и протесты. Иногда индивидуалистические стремления к свободе и самовыражению могут стать катализатором для коллективных действий и социальных изменений. Например, борьба за права человека может сочетать в себе как индивидуальные заявления о правах, так и коллективные акции протеста.

Таким образом, взаимодействие коллективизма и индивидуализма может приводить к сложным и динамичным процессам в обществе, влияя на его ценности, нормы и институты.

Будущее философских подходов к индивидуализму и коллективизму будет зависеть от способности философов адаптироваться к изменяющимся условиям и разрабатывать новые концепции и теории, которые учитывают сложность и динамичность современного общества.

Список источников

1. Hofstede, Geert (2001). Последствия культуры: сравнение ценностей, поведения, институтов и организаций разных стран (2-е изд.). Тысяча дубов, Калифорния: Специальное издание: SAGE Publications. ISBN 978-0-8039-7323-7. OCLC 45093960.

УДК 368

Эксперимент как инструмент проверки соответствия результатов моделирования по созданию системы дополнительной подготовки специалистов сферы страхования

А.В. Новак
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье предложен вариант структуры, программы и порядка проведения эксперимента по проверке возможностей системы дополнительной подготовки (СДП) специалистов сферы страхования (на примере страховых агентов), созданной с помощью разработанной автором модели формирования структуры и порядка функционирования СДП. На основе полученных результатов был определен рациональный вариант организации дополнительной или первоначальной подготовки страховых агентов.
Ключевые слова: эксперимент, система дополнительной подготовки, специалист сферы страхования, агент, программа, этап, метод, модель

Experiment as a tool for verifying the compliance of modeling results in the development of a supplementary training system for insurance professionals

A.V. Novak
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. This article presents a proposed structure, program, and procedure for conducting an experiment to assess the capabilities of a supplementary training system (STS) for insurance specialists (using insurance agents as an example developed based on the author's model for structuring and organizing the functioning of the STS. Based on the obtained results, an optimal approach to organizing supplementary or initial training for insurance agents was determined.
Keywords: experiment, supplementary training system, insurance specialist, agent, program, stage, method, model

При подготовке к проведению эксперимента, с помощью сформированной автором модели разработки системы дополнительной

© Новак А.В., 2025

подготовки специалистов сферы страхования было выполнено с соответствующее моделирование и определен вариант СДП страховых агентов. В ходе моделирования были задействованы все входящие в состав модели блоки и модули. Исходными данными для проведения моделирования явилось содержание вербальных функциональных моделей: организации страховой деятельности; специалиста – страхового агента; выпускника курсов по дополнительной подготовке страховых агентов с повышенным уровнем цифровой компетентности.

Кроме того, при моделировании использовались результаты оценки реального уровня первоначальной подготовки претендентов на должность страхового агента. Полученные результаты позволили разработать и апробировать вариант системы дополнительной подготовки страховых агентов.

Эксперимент проводился в два этапа, продолжительностью по три месяца каждый. Занятия и отбор претендентов проводились по согласованию с руководством рядом страховых компанией и 10 страховых агентств, расположенных на территории города Москвы и Московской области. Всего в проведении эксперимента приняло участие 50 человек, имеющих лишь общее представление о работе агентов и осуществлении страховой деятельности в РФ. На этапе отбора претендентов проводилась оценка уровня их знаний, умений и навыков в сфере организации страхового дела и использовании различных программ персонального компьютера на уровне пользователя.

Основная цель эксперимента – определить рациональную структуру и форму организации первоначальной подготовки страховых агентов, обеспечивающей возможность их самостоятельной работы без дополнительного обучения после приема на работу.

Основные задачи:

- определение сроков, состава учебно-материальной базы, методов проведения и тематики теоретических учебных занятий;
- определение рациональной методики организации практической подготовки страховых агентов, обеспечивающей формирование у них требуемого в соответствии с функциональными обязанностями уровня цифровой компетентности;
- определение затрат, в том числе финансовых, на организацию и проведение первоначальной подготовки страховых агентов.

Продолжительность проведения эксперимента:

Первый набор (три группы по 10 человек) – 3 месяца.

Второй набор (две группы по 10 человек, не формировалась группа обучающихся по самостоятельному плану) – 3 месяца.

Эксперимент проводился в трех вариантах:

Первая группа (на втором этапе не формировалась по результатам эксперимента первого набора) обучалась самостоятельно: теоретическая подготовка осуществлялась без привлечения для консультаций специалистов из страховых компаний. Необходимые учебные материалы были подготовлены и выданы обучающимся в электронном виде; практические занятия осуществлялись на рабочем месте в страховой компании.

Со второй группой занятия проводились в комбинированном варианте: теоретические занятия проводились дистанционно с помощью компьютерных программ, обеспечивающих визуальное общение с сотрудником страховой компании или преподавателем. Необходимые учебные материалы были подготовлены и выданы обучающимся в электронном виде; практические занятия осуществлялись на рабочем месте в страховой компании.

С третьей группой все занятия в полном объеме (теоретические и практические) осуществлялись непосредственно в страховой (брокерской) компании. Занятия проводили наиболее подготовленные специалисты (страховые агенты) и приглашенные преподаватели учебных заведений.

Из специалистов брокерских страховых агентств была создана так называемая контрольная группа. Стаж работы сотрудников был от 6 месяцев до одного года. С обучаемыми из данной группы занятия проводились в офисе агентства непосредственно на рабочем месте по аналогичной с экспериментальными группами программе. По окончании обучения проводился сравнительный анализ полученных обучающимися результатов.

В начале проведения эксперимента был проведен отбор и распределение претендентов по учебным группам. Обучаемые проходили отбор по следующим параметрам: претендент закончил как минимум полный курс средней школы или колледж; хороший внешний вид; уровень обучаемости; зачем хочет работать страховым агентом; уровень творческих возможностей; уровень устойчивости при действиях в условиях возникновения стрессовых ситуаций; отношение к жизни; умение действовать в условиях межличностных конфликтов; уровень коммуникабельности; медицинские параметры здоровья; способность к самостоятельному формированию знаний в сфере страхования; уровень цифровой грамотности – владение компьютером и интернет-системой не ниже уровня пользователя. Пол и возраст не принимались в учет. Метод отбора – проведение устного собеседования, ответы на вопросы анкеты,

практическая проверка уровня владения персональным компьютером. Анкетирование и практическая работа позволили сформировать более объективную характеристику человеку, изъявившему желание работать страховым агентом. Проводимый руководителями опрос был более глубоким, чем при обычном отборе при приеме сотрудника на работу.

К обучению (по программе дополнительной подготовки страхового агента) и соответственно к практической деятельности были допущены только те, кто, по мнению членов отборочной комиссии, имел лучшие результаты. Такой подход позволял надеяться, что в дальнейшем с большой долей вероятности эти сотрудники останутся работать в сфере страхования и это приведет к уменьшению оттока страховых агентов. Проведенный автором анализ показал, что текучесть кадров в 2023–2024 годах в страховых компаниях оставалась крайне большой и достигала до 25–30% сотрудников в год. Кроме того, как показывает личный опыт работы в должности руководителя брокерской компании, среди не прошедших обучение на курсах дополнительной подготовки реально остаются работать страховым агентом лишь 10–15% человек.

Процесс дополнительной подготовки страхового агента в ходе эксперимента предусматривал три этапа обучения:

В рамках организации дополнительной подготовки реализовывался *блок базовой подготовки страхового агента.* Это был так называемый *первый этап* теоретической подготовки, в ходе которого изучались следующие учебные дисциплины (граждане рецензенты, по другому их назвать нельзя!!! Поэтому не верьте системе плагиата): функциональные обязанности страхового агента; основы страхового дела; страховое законодательство и нормативные документы; страхование физических лиц; страхование юридических лиц; основы продаж страховых услуг; информационные и цифровые технологии, применяемые в страховании и непосредственно страховыми агентами в ходе профессиональной деятельности.

На втором этапе теоретического обучения происходило освоение следующих дисциплин адаптационного блока: этика делового страхового агента в процессе общения с клиентом; оборудование рабочего места и организация страховым агентом работы с клиентом и страховой компанией; способы преодоления стрессов, возникающих в ходе профессиональной деятельности страхового агента; пути формирования и поддержания страховым агентом своего имиджа и имиджа страховой компании; психология влияния; соблюдение мер безопасности в ходе практической деятельности.

На третьем этапе реализовывались задачи третьего блока по теоретическому и начальному практическому освоению специализированных программ страхования. Данный блок включает следующие разделы:

- Методика проведения расчетов по различным видам страхования и оформление соответствующей документации (теоретическая подготовка);
- Практическая работа (без клиентов) по проведению расчетов по различным видам страхования и оформлению соответствующей документации;
- Практическая работа (с клиентами) в качестве стажера под руководством опытного сотрудника по проведению расчетов по различным видам страхования и оформлению соответствующей документации;
- Практическое освоение соответствующих компьютерных программ, используемых агентом в процессе своей работы. В ходе эксперимента обучаемые проходили обучение по одному виду страхования – автострахование (ОСАГО и КАСКО). Другие виды страхования они после обучения в состоянии освоить самостоятельно.

Для реализации задач каждого этапа автором были разработаны соответствующие учебные программы и фонды оценочных средств.

На первом этапе подготовки базовый курс дополнительной подготовки был нацелен на успешное освоение обучаемыми требуемых компетенций путем формирования в ходе занятий и их самостоятельной работы. Уровень освоенных компетенций должен соответствовать содержанию модели страховой деятельности и модели специалиста – страхового агента, которые были разработаны автором данного исследования. Состав трех групп по 10 обучаемых в каждой обеспечил преподавателям возможность проводить занятия фактически индивидуально с каждым из них. В структуре учебной программы был ряд разделов, на изучение дисциплин которых отводилось 50 учебных часов на 46 занятий. Продолжительность учебного часа (занятия) была классической – 45 минут. Для проведения итогового контроля по базовому блоку отводилось 4 часа учебного времени. В день проводилось по 4 занятия на территории компании и по 6 – если обучаемый занимался в рамках удаленной программы. В целом на первом этапе для базового курса было отведено 9–13 учебных дней. Применялись следующие основные виды занятий; лекции, семинары, деловые и ролевые игры, консультации,

Самостоятельное прохождение теоретического курса осуществлялось в два этапа (20 дней).

Для тех, кто проходил обучение дистанционно, проводились также дистанционные семинары и консультации.

На втором этапе подготовки реализовывались мероприятия, составляющие основу адаптационного блока, и решались следующие основные задачи: мотивация к работе; осознание сотрудником собственной значимости; установка на эффективный труд.

К освоению данных задач были допущены сотрудники, успешно прошедшие базовый курс подготовки. По итогам обучения в составе первой группы осталось шесть человек, из второй группы ушло два человека, а в третьей группе остались все обучаемые. Кроме того, из числа страховых агентов, уже имеющих страж работы в данной должности, была создана группа из пяти человек, которая приступила к повышению квалификации по программе адаптивного блока.

Учебная программа по адаптивному блоку содержала 14 учебных занятий. Их продолжительностью составляла 45 минут. Отрабатывалось расписание занятий (4–5 занятий в неделю). Первая и вторая группы обучались так же, как и на первом этапе. Для третьей группы занятия организовывались в промежутках между практическими занятиями и работой в соответствии с должностными обязанностями. Таким образом, первый и второй этапы подготовки были пройдены в течение 20 календарных дней. График работы обучаемых в этот период (по согласованию с ними) был следующим: 6 рабочих дней по 8 часов. В целом на весь теоретический курс обучения (первый – третий этапы) ушло 30 календарных дней (25 из них учебные).

Временные рамки и организация учебного процесса на втором и третьем этапах для третьей группы показали явные преимущества осуществления такой дополнительной подготовки страховых агентов.

После прохождения программы адаптационного блока в группе, которая постоянно работала в компании, вместо традиционной системы контроля в виде зачета или теста, с обучаемыми, совместно со штатными сотрудниками, был проведен круглый стол по изученной тематике.

Третий этап подготовки включал практическую работу в офисе страховой компании. Все обучаемые из состава трех групп проходили ее на базе конкретного страхового агентства или в учебном центре страховой компании, с которыми у них был заключен трудовой договор.

Основные задачи: практическая реализация сформированных в рамках базового блока знаний и первоначальных умений; теоре-

тическое изучение содержания программ, методик работы с клиентами и документального оформления различных видов страхования; практическое освоение методики работы с клиентами и оформление документов по различным видам страхования; практическая отработка мероприятий по финансовому сопровождению заключенных договоров с клиентами по различным видам страхования; практическое освоение компьютерных программ, обеспечивающих автоматизированную разработку страховых документов и дистанционную работу с клиентами.

Для оказания помощи в работе за каждым стажером в должности страхового агента приказом руководителя закреплялся наставник из числа опытных сотрудников.

На протяжении всего курса обучения в ходе занятий после изучения каждой дисциплины (темы) проводился контроль усвоения обучаемыми материала или уровня сформированности умений. Контроль проводился с помощью соответствующих тестов. Обучаемому за каждое испытание, с помощью разработанной нами балльно-рейтинговой методики, выставлялся определенный балл, которые суммировались по мере проведения текущего контроля. Итоговый зачет по всей программе дополнительной подготовки проводился в форме деловой (так называемой ролевой) игры и по итогам оценки навыков в ходе отработки процесса реального страхования клиента, где в роли страхователя выступал наставник.

Методика отработки ролевой игры:

1. Обучаемые разделялись на три группы. В первых группах обучаемые условно играли роль страховых агентов. Входящие в состав третьей группы исполняли роль клиентов – страхователей. Распределение ролей среди обучаемых зависело от количества набранных ими в ходе теоретической и практической подготовки оценочных баллов. Те, у кого рейтинг был выше, назначались на должность страхователей, ниже – страховых агентов.

2. Страховые агенты как представители компании должны были заключить максимально возможное по своему уровню подготовки количество договоров. Особо ценилась командная работа. В свою очередь, страхователям требовалось узнать от страхового агента как можно больше информации о компании, особенностях страхования и какую выгоду он может получить в результате данной сделки. По окончании игры страховщики должны были оформить всю необходимую документацию, а страхователи проверить правильность и грамотность ее разработки.

Проведение деловой (ролевой) игры позволило не только оценить уровень знаний и навыков претендентов, но и повторить пройденный материал, получить дополнительную информацию.

При проведении контроля в форме практической работы (индивидуальной ролевой игры) роль клиента выполнял наставник (наиболее подготовленный специалист или инструктор). Такой подход позволял реально оценить уровень готовности обучаемого к практической работе и при необходимости скорректировать его дополнительную подготовку в случае приема на работу в качестве страхового агента или же возможность заключения им договора со страховой компанией на ведение самостоятельной страховой деятельности.

По окончании курса обучения, в торжественной обстановке всем участникам вручается сертификат об окончании курсов страхового агента. По результатам эксперимента был скорректирован предложенный вариант системы дополнительной подготовки страховых агентов.

Итоги эксперимента

Разработанная автором программа дополнительной подготовки страховых агентов без отрыва от практической деятельности состоит из трех взаимосвязанных образовательных блоков. Первый теоретический блок ориентирован на реализацию потребности компании в квалифицированных кадрах. Второй – на формирование у сотрудников потребности в уважении и самореализации. Третий практический блок ориентирован на повышение цифровой компетентности страхового агента.

В целом программа ориентирована на достижение главной цели: самореализация и развитие персонала страховых агентов и формирование у них определенного уровня профессиональной цифровой компетентности.

Полученные результаты и оценка эффективности предлагаемой программы первоначальной и дополнительной подготовки страхового агента являются основанием для руководства страховых компаний о заключении целесообразности ее применения в практической деятельности.

Данная программа раскрывает следующие важные аспекты предлагаемой системы дополнительной подготовки страхового агента:

- Ориентация системы дополнительной подготовки на успешную реализацию стоящих перед страховой компанией (агентом) задач;

• Возможность для организации дополнительной подготовки страховых агентов – специалистов высокого уровня;

• Обеспечение формирования эффективной системы создания качественного и конкурентоспособного страхового продукта;

• Создание условий для организации непрерывного обучения персонала и определения у них потребности в дальнейшем самообучении;

• Создание устойчивой агентской сети, основанной на подготовке страховых агентов внутри компании;

• Возможность адаптации системы дополнительной подготовки и соответственно учебных программ под организацию дополнительной подготовки для всех категорий специалистов в сфере страхования.

Детальный анализ полученных в ходе эксперимента результатов позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Рациональным вариантом организации базовой, адаптивной и практической подготовки является проведение занятий при личном контакте с преподавателем, непосредственно на рабочем месте в офисе фирмы или учебном центре. В данном случае обучаемый находится на рабочем месте и после окончания теоретических занятий продолжает процесс освоения функциональных обязанностей в соответствии с программой третьего практического блока. Сотрудники, обучающиеся по такому варианту, быстрее и более качественно проходят первоначальную подготовку и раньше других приступают к выполнению своих функциональных обязанностей. Проведенный через три месяца опрос показал, что почти 90% прошедших курс подготовки по такому варианту остались работать в сфере страхования.

Эксперимент показал, что допускается и вариант дистанционного обучения по программам первого и второго блоков, если обучаемые находятся достаточно удаленно от места обучения. Однако при таком варианте сотруднику требуется дополнительное время, чтобы выйти на требуемый уровень цифровой компетентности.

2. Распределение учебного времени, отводимого на реализацию всей программы подготовки (3 месяца), должно быть осуществлено в следующем соотношении: на теоретическую подготовку отводится 40% учебного времени; на практическую подготовку, ориентированную на формирование профессиональной и цифровой компетентности, необходимо предоставить до 60% учебного времени; время на самостоятельную подготовку обучаемый определяет сам.

3. Результаты проведенного эксперимента показывают, что обучаемые из состава второй группы способны по окончании трехмесячной подготовки самостоятельно освоить в основном два вида страхования, в нашем случае это автострахование (до 90% обучаемых) или два других вида, со страховым продуктом при работе с двумя компаниями. Обучаемые из состава третьей группы освоили два вида страхования с продуктом четырех страховых компаний. При этом скорость их работы с клиентом по заключении договоров страхования, без снижения качества предоставляемой услуги, возросла в конце третьего месяца в два раза (с двух заключенных в день договоров до 4–5).

4. Результаты проведенного эксперимента показывают, что наиболее эффективной является комплексная подготовка специалистов сферы страхования непосредственно на рабочем месте.

5. Сотрудники экспериментальной группы также показали возросший уровень профессиональной подготовки. Они смогли дополнительно освоить еще по два вида страхования и уменьшить сроки заключения договоров.

Список источников

1. Манько Н.П., Ищенко В.М. Методика оценки уровня профессионализма и профессиональной компетентности сотрудников в сфере услуг // Потенциал индустрии туризма и гостеприимства: традиции, инновации, перспективы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. М., 2024. С. 98–106.

2. Манько Н.П., Новак А.В., Лоншакова Н.А. Методика разработки модели цифровых компетенций в профессиональном образовании // Вестник РМАТ. 2024. № 1. С. 106–112.

3. Манько Н.П., Рассохина Т.В. Основные направления профессиональной переподготовки руководителей предприятий при внедрении искусственного интеллекта в управлении // Теория и практика обучения, развития, воспитания сегодня: сб. статей VII Междунар. науч.-практ. конф. (28 мая 2024 г.). Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2024. С. 86–91.

4. Совершенствование обучения и образования специалистов сферы страхования на основе разработки модели деятельности / Н.П. Манько, А.В. Новак, Л.С. Именнова [и др.] // Педагогический журнал. 2022. № 6.

УДК 37:331.1

Критерии и показатели формирования деловой культуры специалиста

С.В. Питюков
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Статья посвящена формированию деловой культуры специалиста, который в своей профессиональной деятельности должен обладать набором знаний, коммуникативных навыков, ценностных ориентаций и этических норм для эффективного взаимодействия в деловой среде. Рассматриваются ключевые аспекты, влияющие на развитие деловой культуры, такие как профессиональная компетентность, коммуникативные навыки, поведенческие и мотивационные критерии. Особое внимание уделено методам оценки и диагностики уровня сформированности деловой культуры, выделяя как качественные, так и количественные показатели. Оценка деловой культуры специалиста осуществляется через критерии, которые помогают выявить степень освоения норм и ценностей профессионального взаимодействия.

Ключевые слова: деловая культура, профессиональная компетентность, коммуникативные навыки, поведенческие нормы, мотивационно-ценностные ориентиры, критерии и показатели, профессиональная этика, деловой этикет, корпоративная культура

Criteria and indicators for the formation of a specialist's business culture

S.V. Pitiukov
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article is dedicated to the formation of a specialist's business culture, which involves a set of knowledge, communication skills, value orientations, and ethical norms necessary for effective interaction in the business environment. Key aspects influencing the development of business culture are discussed, such as professional competence, communication skills, behavioral, and motivational criteria. Special attention is given to methods of assessing and diagnosing the level of business culture formation, highlighting both qualitative and quantitative indicators. The evaluation of a specialist's business culture is

© Питюков С.В., 2025

carried out through criteria that help identify the degree of mastery of professional interaction norms and values.
Keywords: business culture, professional competence, communication skills, behavioral norms, motivational values, criteria and indicators, professional ethics, business etiquette, corporate culture

Формирование деловой культуры – важнейший аспект профессионального становления специалиста, определяющий его успешность в профессиональной деятельности. Деловая культура охватывает широкий спектр знаний, умений, ценностных ориентаций и норм поведения, обеспечивающих эффективное взаимодействие в деловой среде.

В современной науке существует множество определений деловой культуры [2], обобщая которые, можно сказать, что деловая культура специалиста включает профессиональные знания, коммуникативные навыки, ценностные ориентации, поведенческие модели и нормы этики. На основе этого можно выделить критерии и показатели формирования деловой культуры, которые позволят диагностировать и оценить представленность деловой культуры у специалиста.

Сегодня исследователи предлагают различные версии понимания деловой культуры. Например, А.В. Хуторской [4, с. 12–23] рассматривает ее как совокупность профессиональных и общекультурных компетенций, обеспечивающих эффективное решение задач в деловой сфере. В свою очередь, Л.М. Митина [1] определяет деловую культуру как систему норм, правил, ценностей и моделей поведения, способствующих продуктивной профессиональной деятельности.

Критерии и показатели в контексте формирования деловой культуры играют ключевую роль в оценке ее развития у специалистов. Критерии представляют собой обобщенные характеристики, по которым можно судить о степени освоения норм и ценностей делового взаимодействия, тогда как показатели конкретизируют эти характеристики, позволяя выявить и измерить их проявления на практике [3]. Они могут носить как количественный, так и качественный характер, определяя глубину усвоения и применения профессиональных норм в деловой среде [5].

Одним из ключевых аспектов, влияющих на уровень деловой культуры, является профессиональная компетентность [3], включающая совокупность знаний, навыков и личностных качеств, необходимых для эффективного выполнения профессиональной де-

ятельности. В ее основе лежит когнитивный критерий, отражающий знание этических норм, стандартов делового общения и понимание принципов профессиональной этики. Осведомленность в этих вопросах позволяет специалисту ориентироваться в правилах делового взаимодействия, понимать основы корпоративного поведения и осознанно выстраивать свою профессиональную коммуникацию.

Однако владение нормами и принципами не всегда означает успешное воплощение деловой культуры в профессиональной среде. Важную роль играет коммуникативный аспект, включающий навыки эффективного взаимодействия с коллегами, ведения деловой переписки, участия в переговорах и публичных выступлениях. Умение аргументировать свою точку зрения, конструктивно решать конфликты и адаптироваться к разным форматам делового общения становится ключевым элементом профессионального поведения.

Еще одним критерием сформированности деловой культуры выступает ее поведенческое выражение, демонстрирующее реальное следование установленным нормам и стандартам. Способность специалиста соблюдать деловой этикет, проявлять уважение и толерантность в деловых отношениях, а также эффективно использовать современные технологии для взаимодействия с коллегами и партнерами свидетельствует об уровне интеграции деловой культуры в профессиональную деятельность.

Не менее важен мотивационно-ценностный критерий, который характеризует отношение специалиста к своей профессиональной деятельности и нормам делового взаимодействия. Уровень ответственности, приверженность этическим принципам, стремление к профессиональному развитию и готовность к продуктивному сотрудничеству с коллегами определяют глубину включенности человека в профессиональное сообщество. Именно внутренние установки и ценностные ориентации формируют основу устойчивого делового поведения и влияют на готовность следовать нормам корпоративной культуры.

Таким образом, формирование деловой культуры является многоаспектным процессом, включающим как когнитивное освоение норм, так и их применение в практической деятельности. Оно связано не только с профессиональными знаниями и коммуникативными навыками, но и с личностными ценностями, которые определяют готовность специалиста соблюдать этические стандарты и активно развивать свою профессиональную среду. Следовательно, именно по этим критериям и должна производиться оценка сформированности деловой культуры специалиста. Вместе с тем,

для каждого из указанных критериев необходимо выделить соответствующие показатели как диагностические маркеры, позволяющие определять наличие деловой культуры у специалиста и ее соответствие современному уровню развития человеческой культуры в целом.

Список источников

1. Митина Л.М. Психологическая подготовка учителя: учебник для вузов. 2-е изд. М.: Юрайт, 2025. 216 с.

2. Осипова О.П,, Савенкова Е.В. Деловая культура менеджера образования: учеб. пособие для студентов, обучающихся в магистратуре по педагогическому направлению подготовки (44.04.01). М.: МПГУ, 2017. 116 с.

3. Питюков В.Ю., Питюков С.В. Педагогические условия формирования деловой культуры специалиста в процессе профессионального образования // Вестник РМАТ. 2024. № 3. С. 41–44.

4. Хуторской А.В. Компетентностный подход // Введение в профессию «Преподаватель вуза». Трудовые функции преподавателя: учебник / колл. авт.; под. ред. Е.В. Ляпунцовой и Ю.М. Белозеровой. М.: КНОРУС, 2022. 456 с. (Магистратура и аспирантура)

5. Черкасова Т.В. Технологии делового взаимодействия: конфликтные процессы, переговорные тактики: учеб. пособие. Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2021. С. 52.

УДК 371.263

Анализ объективности оценивания уровня учебных достижений учащихся по результатам компьютерного тестирования

И.П. Пунин
Западно-Подмосковный институт туризма – филиал Российской международной академии туризма, Голицыно, Россия

Аннотация. Рассмотрены вопросы объективности оценивания уровня знаний и умений учащихся по результатам компьютерного тестирования.

© Пунин И.П., 2025

Анализу подвергаются достоинства и недостатки применяемых в настоящее время методов для перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу оценивания. Приведена методика по анализу объективности перевода результатов компьютерного тестирования в традиционную шкалу отметок.
Ключевые слова: объективность оценивания знаний и умений, результаты компьютерного тестирования, математическое моделирование, проверка статистических гипотез

Analysis of the objectivity of assessing the level of educational achievements of students based on the results of computer testing

I.P. Punin
West Moscow Region Institute of Tourism – Branch of the Russian International Academy of Tourism, Golitsyno, Russia

Abstract. The issues of the objectivity of assessing the level of knowledge and skills of students based on the results of computer testing are considered. The advantages and disadvantages of the currently used methods for translating test results into a 5-point assessment scale are analyzed. A methodology for analyzing the objectivity of translating the results of computer testing into a traditional scale of marks is presented.
Keywords: objectivity of assessment of knowledge and skills, results of computer testing, mathematical modeling, verification of statistical hypotheses

Вопрос объективности оценки уровня знаний и умений по результатам компьютерного тестирования является одним из основных требований к качеству тестов, наряду с такими показателями, как: валидность, надежность, дифференцирующая способность и трудность тестовых заданий.

В отличие от тестов, каждый педагог считает себя способным оценить уровень знаний обучаемых абсолютно объективно посредством выставления привычных оценок. Например, даже в том случае, когда половина учебной группы получает по контрольной работе оценку «удовлетворительно», мы не вправе считать, что результат является ошибочным (необъективным) хотя бы потому, что лучше педагога оценить подготовку учащихся не сможет никто.

Объективность компьютерного тестирования предполагает, что все обучаемые проходят одно и то же испытание, а уровень подготовки каждого испытуемого получает научно-обоснованную оцен-

ку. На первый взгляд, указанное требование при проведении тестирования выполняется. Вместе с тем, в части объективности оценки это не совсем так. Например, одни педагоги полагают, что для получения оценки «3» необходимо правильно выполнить, как минимум, 70% заданий теста. В то же время другие преподаватели уверены, что пороговый минимум для оценки «3» достаточно установить на скромной отметке 40%. Существуют и другие градации для оценивания результатов тестирования.

Тесты сами по себе не являются ни объективными, ни необъективными. Они просто хорошо или плохо измеряют те характеристики, для диагностики которых они предназначены. Другими словами, тесты являются более или менее валидными и надежными [1].

Широкое внедрение в образовательный процесс компьютерных технологий потребовало от разработчиков тестов построения не только статистических норм теста в стандартных шкалах измерения [5], но также применения моделей, обеспечивающих объективность перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу оценок.

Существуют различные точки зрения на проблему объективности оценки результатов тестирования [7]. В список субъективных факторов, оказывающих негативное влияние на объективность оценки по данным тестирования, включаются такие элементы, как: вероятность угадывания правильных ответов, подсказки от «соседей», несанкционированное использование учебных материалов, списывание.

Вместе с тем, перевод результатов компьютерного тестирования в традиционную 5-балльную шкалу является общепринятым, так как эта шкала имеет определенные достоинства, адекватно интерпретируется и понимается всеми участниками образовательного процесса, а также прочно сохраняет свои позиции для оценки уровня учебных достижений учащихся.

Сегодня процедура перевода тестовых «сырых» баллов в традиционные оценки предполагает применение двух подходов.

Суть первого метода состоит в построении *таблицы соответствия,* в которой для различных результатов тестирования предусматривается соответствующая оценка в баллах.

Представители второго направления считают, что для перевода результатов тестирования в традиционные оценки целесообразно использовать *математические модели,* позволяющие определить оценку в баллах аналитическим способом.

Разные авторы предлагают различные методики к построению таблиц соответствия, в которых заданы границы относительно-

го объема знаний V по данным тестирования и соответствующая оценка в 5-балльной шкале. Например, в рекомендациях по компьютерному тестированию в ГУ-ВШЭ используется следующая таблица соответствия (табл. 1).

Принципиально иной взгляд (табл. 2) предлагает Федеральный центр тестирования (базовый вариант ЕГЭ по «Математике» 2024 г.).

Анализ показывает, что для получения оценки «3», а следовательно, и аттестата по окончании школы 11-классникам достаточно иметь результат тестирования по математике всего на уровне V = 0,27.

Более того, согласно требованиям Федерального центра тестирования, если V > 0,67 – то это уже заведомо отличный результат, что имеет серьезные расхождения с методикой ГУ-ВШЭ, где результат V = 0,67 соответствует нижней границе оценки «4».

В табл. 3 представлены данные опроса [6], в котором преподавателям и методистам предлагалось указать желательные границы результатов ЕГЭ для выставления оценок в 5-балльной шкале.

Анализ двух таблиц (Федеральный центр тестирования и опрос преподавателей (методистов)) показывает серьезные расхождения между границами интервалов относительного объема знаний V и оценками в 5-балльной шкале.

Например, если по итогам тестирования результат учащегося составляет V = 0,45, то, с точки зрения преподавателей (методистов), такой результат относится к разряду «явно ниже среднего уровня» и соответствует оценке «2». Однако с позиций Федерального центра тестирования результат V = 0,45 классифицируется как «твердая» оценка «3», близкая к оценке «4».

Другие авторы отдают предпочтение не таблицам соответствия, а математическим моделям, которые позволяют в аналитической форме перевести результаты тестирования в 5-балльную шкалу оценивания. Например, в [4] для перевода данных тестирования в традиционную оценку используется функция вида

$$Y = 3{,}3 \lg(1/(1 - V)),$$

где Y – оценка в 5-балльной шкале (2, 3, 4, 5);

V – относительный объем знаний в долях от единицы.

Здесь обращает на себя внимание нелинейная логарифмическая зависимость формирования оценки по данным тестирования, которая резко возрастает в области высоких оценок. В частности, в данной модели результат V = 0,75 соответствует только оценке «3», что

Таблица 1

Таблица соответствия ГУ-ВШЭ

«2»	«3»	«4»	«5»
$0 \le V < 0,5$	$0,5 \le V < 0,65$	$0,65 \le V < 0,85$	$0,85 \le V \le 1,0$

Таблица 2

Таблица соответствия Федерального центра тестирования

«2»	«3»	«4»	«5»
$0 \le V < 0,27$	$0,27 \le V < 0,49$	$0,49 \le V < 0,67$	$0,67 \le V \le 1,0$

Таблица 3

Таблица соответствия преподавателей (методистов)

Категория	«2»	«3»	«4»	«5»
Преподаватели (методисты)	$0 \le V < 0,50$	$0,50 \le V < 0,70$	$0,70 \le V < 0,90$	$0,90 \le V < 1,0$
Интерпретация	Явно ниже среднего уровня	Средний Уровень	Выше среднего уровня	Явно выше среднего уровня

говорит о предельно жестких требованиях автора к уровню знаний и умений учащихся.

Краткий анализ методов перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу говорит о наличии серьезных расхождений в методиках, которые могут применяться при оценке результатов компьютерного тестирования учащихся.

При проектировании технологии тестирования и разработки тестовых заданий нужно учитывать, что на объективность выставления оценки оказывают влияние разные факторы, основными из которых являются: трудность заданий теста и уровень подготовки обучаемых, что в конечном итоге и определяет процент правильных ответов, а значит, и распределение оценок в 5-балльной шкале. В одних случаях авторы стремятся сделать коротким интервал для оценки «2» для «быстрого» перехода к оценке «3» (ЕГЭ по мате-

матике). В других методиках авторы максимально жестко относятся к оценке «3», но при этом предлагают более лояльные границы для выставления максимальной оценки «5» (ГУ-ВШЭ).

На наш взгляд, важно построить такую модель перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу оценок, которая является понятной, адекватно воспринимается всеми участниками образовательного процесса, но, самое главное, которая обеспечивает высокую степень статистической однородности двух независимых друг от друга инструментов выставления оценок учащимся:

- традиционные оценки по текущей успеваемости (преподаватель);
- оценки по результатам тестирования (компьютер).

Рассмотрим алгоритм преобразования результатов компьютерного контроля (РКК) в 5-балльную шкалу оценок, который применяется в учебном процессе ЗПИТ (филиал РМАТ).

Точками на рис. 1 показан ранжированный ряд результатов тестирования в «сырых» баллах.

Анализ графика позволяет использовать линейную модель для перевода данных тестирования в 5-балльную шкалу, что подтверждается параметрами линии тренда и высокой величиной достоверности аппроксимации $R^2 = 0{,}95$.

Выполним перевод результатов компьютерного контроля $РКК_i$ в 5-балльную шкалу оценок по следующей формуле:

$$Б_i = \frac{Б_{max} - Б_{min}}{V_{max} - V_{min}} \cdot V_i + \left[Б_{max} - (Б_{max} - Б_{min}) \cdot \frac{V_{max}}{V_{max} - V_{min}} \right],$$

где $Б_i$ – оценка i-го обучаемого по результатам тестирования в 5-балльной шкале («2», «3», «4», «5»);

$Б_{max} = 5$ – максимально возможная оценка;

$Б_{min} = 2$ – минимально возможная оценка;

$V_{max} = 1{,}0$ – максимально возможный относительный объем знаний по теме тестирования;

$V_{min} = 0{,}25$ – минимально возможный относительный объем знаний по теме тестирования;

$V_i = РКК_i / 5$ – относительный объем знаний *i*-го обучаемого по результатам тестирования.

На первом этапе (рис. 2) для каждого студента находим относительный объем знаний V_i согласно данным тестирования (столбец С). Далее, по формуле, переводим результат тестирования в баллы $Б_i$. Но так как результат в баллах $Б_i$ может иметь дробную часть, а окончательная оценка в баллах является целым числом, то вы-

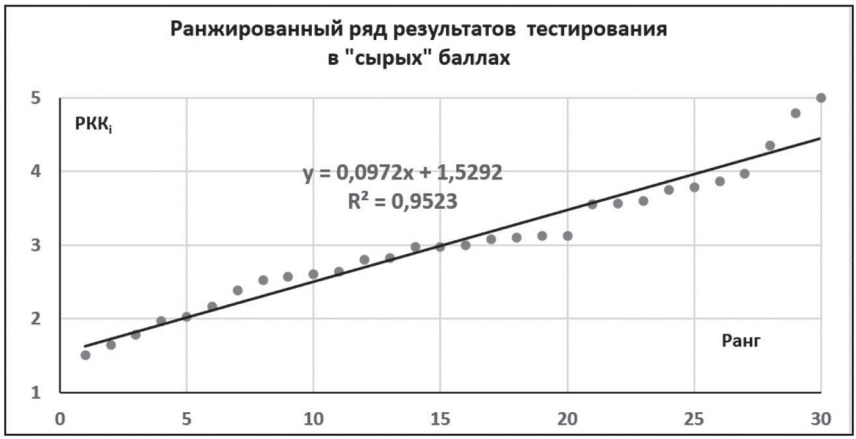


Рис. 1. Ранжированные результаты компьютерного контроля

полняем округление дробных баллов $Б_i$ до целых чисел, которые в таблице обозначены как «$Б_iТ$». Окончательно для анализа объективности перевода результатов тестирования в традиционные оценки будем использовать данные $Б_iТ$ (столбец Н).

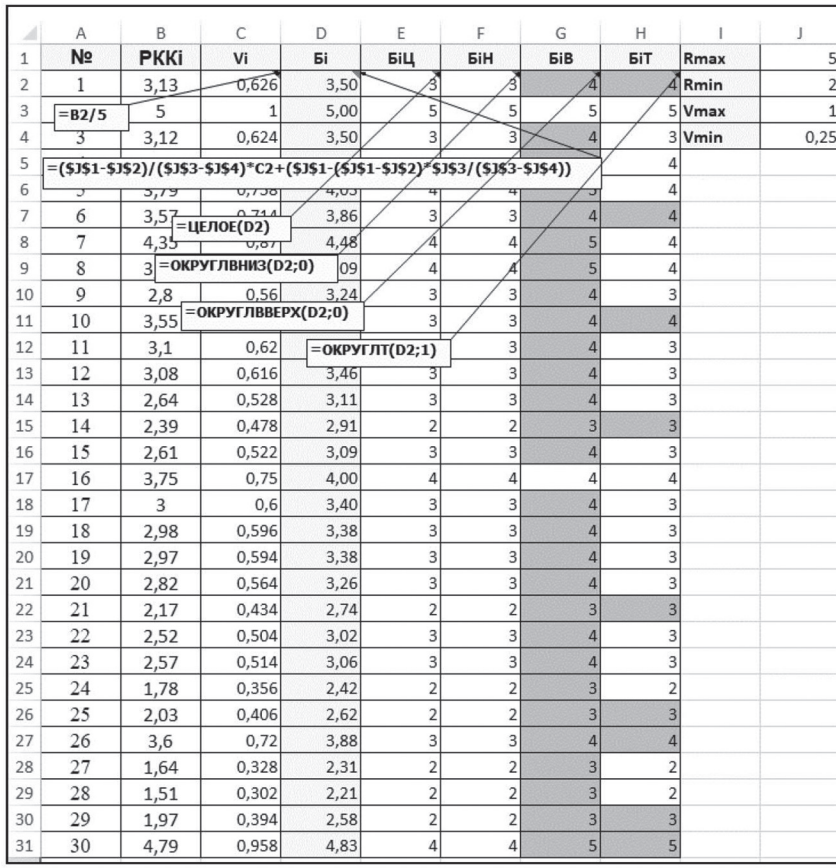
Используя оценки $Б_iТ$ и их соответствие относительному объему знаний по теме тестирования V_i, нами была построена следующая таблица для границ интервалов V_i и оценок в 5-балльной шкале (табл. 4).

Анализ показывает, что границы интервалов относительного объема знаний и оценки в баллах практически совпадают с рекомендациями ГУ-ВШЭ для оценок «4» и «5». В то же время для оценки «3» нами были получены более «мягкие» требования, а именно: $V = 0{,}38$ по сравнению с $V = 0{,}5$ (ГУ-ВШЭ). То есть разработчики тестов в ГУ-ВШЭ считают, что для оценки «удовлетворительно» студенту необходимо обладать, как минимум, 50% объемом знаний и умений по теме тестирования.

Выполним анализ объективности перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу, для чего составим таблицу, в которой представлены два вида оценок (табл. 4):

- оценки по текущей успеваемости (преподаватель);
- оценки по результатам тестирования (компьютер).

Анализ данных в табл. 5 указывает о наличии определенных расхождений в количестве соответствующих оценок по текущей успеваемости и по результатам тестирования.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	№	РККi	Vi	Бi	БiЦ	БiН	БiВ	БiТ	Rmax	5
2	1	3,13	0,626	3,50	3	3	4	4	Rmin	2
3	2	5	1	5,00	5	5	5	5	Vmax	1
4	3	3,12	0,624	3,50	3	3	4	3	Vmin	0,25
5	4							4		
6	5	3,79	0,758	4,03	4	4	5	4		
7	6	3,57	0,714	3,86	3	3	4	4		
8	7	4,35	0,87	4,48	4	4	5	4		
9	8	3		09	4	4	5	4		
10	9	2,8	0,56	3,24	3	3	4	3		
11	10	3,55			3	3	4	4		
12	11	3,1	0,62		3	3	4	3		
13	12	3,08	0,616	3,46	3	3	4	3		
14	13	2,64	0,528	3,11	3	3	4	3		
15	14	2,39	0,478	2,91	2	2	3	3		
16	15	2,61	0,522	3,09	3	3	4	3		
17	16	3,75	0,75	4,00	4	4	4	4		
18	17	3	0,6	3,40	3	3	4	3		
19	18	2,98	0,596	3,38	3	3	4	3		
20	19	2,97	0,594	3,38	3	3	4	3		
21	20	2,82	0,564	3,26	3	3	4	3		
22	21	2,17	0,434	2,74	2	2	3	3		
23	22	2,52	0,504	3,02	3	3	4	3		
24	23	2,57	0,514	3,06	3	3	4	3		
25	24	1,78	0,356	2,42	2	2	3	2		
26	25	2,03	0,406	2,62	2	2	3	3		
27	26	3,6	0,72	3,88	3	3	4	4		
28	27	1,64	0,328	2,31	2	2	3	2		
29	28	1,51	0,302	2,21	2	2	3	2		
30	29	1,97	0,394	2,58	2	2	3	3		
31	30	4,79	0,958	4,83	4	4	5	5		

Рис. 2. Перевод данных тестирования в 5-балльную шкалу оценок

Таблица 4

Таблица соответствия ЗПИТ (филиал РМАТ)

«2»	«3»	«4»	«5»
$0 \le V < 0{,}38$	$0{,}38 \le V < 0{,}65$	$0{,}65 \le V < 0{,}88$	$0{,}88 \le V \le 1{,}0$

Вместе с тем можно считать, что в области оценок «2», «3» и «4» требования к уровню знаний и умений учащихся со стороны преподавателя и «компьютера» практически совпадают. Наибольшие от-

Таблица 5

Результаты текущей успеваемости и данные тестирования

Оценка в баллах	Текущая успеваемость (преподаватель)	Результат тестирования (компьютер)
«2»	3	3
«3»	13	16
«4»	8	9
«5»	6	2
Итого оценок	30	30

личия наблюдаются при выставлении оценки «5». Так, по данным текущей успеваемости (преподаватель) оценку «5» имеют шесть учащихся, а по результатам тестирования (компьютер), оценку «5» получили только два обучаемых, что говорит о более высоких требованиях «компьютера» к выставлению оценки «5», согласно построенной нами таблицы соответствия для перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу оценок. Будем считать, что оценки по текущей успеваемости (устные опросы, «летучки», контрольные работы), которыми преподаватель оценивал уровень знаний студентов, являются объективными и сомнений не вызывают.

С целью получения научно-обоснованного вывода об объективности перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу, выполним статистическую проверку однородности оценок по текущей успеваемости и по результатам компьютерного тестирования.

Рассмотрим гипотезу H_O:

«Оценки по текущей успеваемости и оценки по результатам компьютерного тестирования являются статистически однородными».

Выполним проверку гипотезы с использованием критерия χ^2 для уровня значимости $\alpha = 0{,}05$ и числа степеней свободы $\nu = 4 - 3 = 1$:

$$\chi^2 = \frac{1}{n_1 \cdot n_2} \sum_{i=1}^{4} \frac{\left(n_{i1} \cdot n_2 - n_{i2} \cdot n_1\right)^2}{n_{i1} + n_{i2}},$$

где n_{i1} – количество оценок i-го типа по текущей успеваемости;

n_{i2} – количество оценок i-го типа по данным тестирования;

$i = 1, \ldots, 4$ – тип оценки («2», «3», «4» или «5»);

$n_1 = 30$ – общее количество оценок по текущей успеваемости;
$n_2 = 30$ – общее количество оценок по результатам тестирования.

Вычислим наблюдаемое значение критерия согласия Пирсона $\chi^2_{набл}$ по данным текущей успеваемости и по результатам компьютерного тестирования: $\chi^2_{набл} = 2{,}37$ (рис. 3).

	A	B	C	D	E
1	№ п/п	Отметка в баллах	Текущая успеваемость	Результат тестирования	$\frac{(n_{i1} \cdot n_2 - n_{i2} \cdot n_1)^2}{n_{i1} + n_{i2}}$
2	1	«2»	3	3	0
3	2	«3»	13	16	279,3103448
4	3	«4»	8	9	52,94117647
5	4	«5»	6	2	1800
6		∑	30	30	2132,251521
7				$\chi^2_{набл}$	2,369168357
8					
9					
10					

=СУММ(C2:C5)

=(C2*30-D2*30)^2/(C2+D2)

=E6/(30*30)

Рис. 3. Результат проверки нулевой статистической гипотезы

По таблицам критических значений χ^2-критерия Пирсона при уровне значимости $\alpha = 0{,}05$ и числе степеней свободы $\nu = 1$ имеем $\chi^2_{табл} = 3{,}84$. Так как $\chi^2_{набл} < \chi^2_{табл}$, то гипотеза H_O принимается, т.е. оценки по текущей успеваемости (преподаватель) и по результатам тестирования (компьютер) являются статистически однородными (с уровнем ошибки 5%).

Вывод. С надежностью 95% (уровень ошибки 5%) можно утверждать, что применяемая в ЗПИТ (филиал РМАТ) математическая модель перевода результатов тестирования в 5-балльную шкалу оценок является объективной, так как оценки учащихся по результатам тестирования (компьютер) и по текущей успеваемости (преподаватель) принадлежат одной генеральной совокупности. Другими словами, распределение оценок по данным тестирования не нарушают характеристики распределения оценок, полученных традиционными методами в ходе проведения плановых аудиторных занятий в течение семестра.

Список источников

1. Аванесов В.С. Композиция тестовых заданий. М.: Ассоциация инженеров-педагогов, 2016. 330 с.
2. Звонников В.И., Челышкова М.Б. Современные средства оценивания результатов обучения: учеб. пособие для студ. вузов. 3-е изд., стер. М.: Академия, 2019. 224 с.
3. Ким В.С. Тестирование учебных достижений: монография. Уссурийск: Изд-во УГПИ, 2007. 214 с.
4. Молибог А.Г. Программированное обучение. Вопросы научной организации педагогического труда. М.: Высшая школа, 1997. 199 с.
5. Пунин И.П., Кильдишов В.Д. Оценка качества тестов, результатов тестирования и применения информационных технологий в процессе обучения. М.: Солон-Пресс, 2024. 182 с.
6. Челышкова М.Б., Шмелев А.Г. Шкалирование результатов единого госэкзамена (ЕГЭ): проблемы и перспективы // Педагогика. 2006. № 12. С. 32–41.
7. Шишов С.Е, Кальней В.А, Герба Е.Ю. Мониторинг качества образовательного процесса в школе: монография. М.: ИНФРА-М, 2016. 206 с.

УДК 37

О новых подходах к реализации системы непрерывного образования СПО – ВО

Л.М. Фикиева
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются подходы, применяемые законодателем и высшими учебными заведениями к процедуре приема абитуриентов в 2025 году, поступающих на выбранное направление с целью освоения образовательной программы и получения профессии для дальнейшего осуществления трудовой деятельности. Изучены изменения, внесенные в приказах № 820 и № 821, разработанных и утвержденных по инициативе Министерства науки и высшего образования в РФ, как ведомства, определяющего содержательную часть деятельности вузов в стране, затрагива-

© Фикиева Л.М., 2025

ющих, в том числе, процедуру приема абитуриентов. Проанализированы изменения, определившие новые правила приема абитуриентов, поступающих в вузы с 1 марта 2025 года, и их влияние на вероятность успешного поступление в вуз на выбранное направление. Определены подходы, ставшие основой при разработке изменений, затрагивающих процедуру приема абитуриентов в вузы в 2025 году.
Ключевые слова: высшая школа, правила приема в вуз, высшее образование, подхода к организации приема в вуз, абитуриенты

On new approaches to university admission rules in 2025

L.M. Fikieva
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article examines the approaches applied by the legislator and higher education institutions to the admission procedure for applicants in 2025 who enter the chosen field in order to master the educational program and obtain a profession for further employment. The amendments introduced in Orders No. 820 and No. 821, developed and approved at the initiative of the Ministry of Science and Higher Education in the Russian Federation, as the agency that defines the substantive part of the activities of universities in the country, affecting, among other things, the admission procedure. The changes that determined the new admission rules for applicants entering universities from March 1, 2025 and their impact on the likelihood of successful admission to the university in the chosen field are analyzed. The approaches that have become the basis for the development of changes affecting the admission procedure for applicants to universities in 2025 have been identified.
Keywords: higher school, university admission rules, higher education, approaches to the organization of university admission, applicants

Концепция непрерывного образования, внедренная в отечественную систему образования, сделала возможным получение образования на протяжении всей жизни, также обеспечила преемственность образовательных программ, позволив планомерно переходить от одной ступени к другой. Рассматриваемая концепция нашла свое применение и в образовательном процессе, организуемом и реализуемом на базе Российской международной академии туризма. В РМАТ на данный момент внедрена преемственность между средне-специальным и высшим образованием, что дает учащимся,

освоившим программу в колледже, получить высшее образование по той же специальности.

Для студентов, завершающих освоение образовательной программы для средне-профессионального образования, в РМАТ актуальным становится вопрос о том, как поступить на следующую ступень образования с перспективой получения диплома специалиста. Так как каждый год на законодательном уровне внедряются изменения, затрагивающие порядок приема в вузы, в том числе процедуру для тех, кто закончил СПО на базе РМАТ и планирует продолжить обучение в Академии, целесообразно, по нашему мнению, уделить внимание рассмотрению этих изменений в 2025 году.

На законодательном уровне по инициативе Министерства науки и высшего образования в России были разработаны, утверждены и приняты приказы от 27 ноября 2024 года № 820 и № 821. В содержательной части обозначенных распорядительных документов нашли свое отражение и закреплены изменения, затрагивающие процесс приема студентов в вузы, в том числе тех учащихся, которые завершили обучение на ступени средне-профессионального образования и планируют продолжение обучения в вузе.

В положениях Приказа Министерства науки и высшего образования РФ № 821, а именно в пункте 132, закреплены следующие изменения, затрагивающие процедуру приема на обучение в высшие учебные заведения на платные места по программам бакалавриата и специалитета. Во-первых, учащиеся колледжа на базе РМАТ, планирующие поступление в вуз, смогут подать заявления и документы на выбранное направление с 20 июня, сделать это можно будет до 20 сентября включительно.

Также вуз, согласно новым правилам, должен до 20 сентября завершить процедуру проведения вступительных испытаний, что особенно актуально для студентов, закончив СПО в РМАТ и планирующих поступление в Академию, так как для данной категории в обязательном порядке проводятся вступительные испытания. До 30 сентября все абитуриенты, прошедшие по баллам и сдавшие внутренние вступительные испытания на базе РМАТ, должны быть зачислены в Академию.

Изменения положения 132 Приказа № 821 актуальны и применимы ко всем формам обучения, в том числе средне-профессионального образования. Это позволит учащимся колледжа на базе РМАТ предварительно распланировать свое поступление, чтобы успешно и своевременно пройти все этапы подачи документов, заявления и внутреннее вступительное испытание, состоящее из предметов,

пройденных студентов в период освоения образовательной программы в колледже РМАТ.

Также Приказ № 821 закрепил законодательно изменения, затронувшие процедуру проведения дополнительного приема на обучение. В положениях распорядительного документа обозначено следующее: дополнительный прием на обучение осуществляется однократно на платные места; соответствующее решение принимает организация. Это актуально для абитуриентов, подавших документы и заявление на поступление в вуз, предоставивших документ иностранного государства, подтверждающего получение образования.

Положения Приказа Министерства науки и высшего образования № 820 внесли изменения в перечень предметов Единого государственного экзамена, на основе результатов которого осуществляется прием в вузы страны. Был пересмотрен перечень вступительных испытаний для следующих направлений:

- Менеджмент;
- Управление персоналом;
- Государственное и муниципальное управление;
- Юриспруденция;
- Гостиничное дело;
- Психолого-педагогическое образование;
- Таможенное дело.

Это изменение также затрагивает учащихся колледжа на базе РМАТ, в первую очередь студентов, являющихся гражданами других стран и планирующих продолжить обучение в Академии.

Целесообразно сделать акцент на том, что изменения правил приема в вузы в 2025 году затрагивают, как считают эксперты, преимущественно процедуру целевого набора, а также предполагают принятие во внимание такого фактора, как индивидуальные достижения, накопленные абитуриентом в рамках учебной деятельности.

Исходя из этого, становится понятным, что при разработке изменений правил приема в вузы законодатель руководствовался индивидуальным подходом, выдвигающим на первый план достижения, накопленные каждым отдельно взятым учащимся, изъявившим желание продолжить обучение в вузе с целью освоения выбранной специальности и дальнейшего осуществления трудовой деятельности на профессиональном уровне [2].

Согласно новым правилам, которые начнут действовать с 1 марта 2025 года, абитуриенты, поступающие в высшее учебное заведение по целевому набору, могут получить дополнительные баллы, если у них имеются индивидуальные достижения, в том числе

учащиеся колледжа на базе РМАТ. Благодаря этому можно увеличить количество баллов, повысив шансы на успешное поступление в Академию после получения средне-профессионального образования. Компания, инициировавшая подготовку специалистов для дальнейшего приема на работу в вузе, самостоятельно решает, какие индивидуальные достижения будут приняты во внимание на этапе приема в вуз в 2025 году.

Абитуриенты, получившие знак Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне», также смогут рассчитывать на дополнительные баллы. Каждое высшее учебное заведение в пределах своих полномочий самостоятельно решает вопрос о том, сколько баллов сможет получить абитуриент, если у него имеется значок ГТО.

Получение дополнительного образования, связанного с профилем выбранной программы, позволит получить дополнительные баллы, что дает возможность увеличить количество баллов и успешно пройти процедуру отбора и приема в Академию после окончания обучения в колледже на базе РМАТ.

Изменения, затронувшие процедуру приема абитуриентов по целевому набору, можно рассматривать в положительном ключе, так как они, с точки зрения своей содержательной части, дают каждому отдельно взятому человеку, подавшему документы в вуз, получить дополнительные баллы, зависящие от его результатов деятельности в общеобразовательной школе и системе дополнительного образования [3].

Индивидуализация процесса приема абитуриентов в вузы в 2025 году нашла свое отражение и в том, что положения обозначенных выше приказов, выпущенных министерством, регламентирующим деятельность системы образования в РФ, обеспечивают прозрачность процедуры. На практике в ходе приема вузы будут ранжировать конкурсные списки, главным ориентиром станет количество баллов абитуриента. Такой подход позволит осуществлять мониторинг позиций в конкурсных списках для оценки возможности поступления [1, с. 27].

Изменения, внесенные в правила приема, затронули и перечень вступительных испытаний для абитуриентов, он был пересмотрен и дополнен. В соответствии с новыми правилами высшие учебные заведения берут на себя обязательства по составлению списка экзаменов, при этом для каждой специальности он будет своим. Студентам, завершившим обучение в колледже на базе РМАТ, рекомендуется осуществлять мониторинг обновления документов, чтобы

заранее сформировать представление о том, к каким внутренним вступительным испытаниям нужно будет готовиться, чтобы поступить на высшее образование в РМАТ.

Информация о перечне вступительных экзаменов публикуется на официальном сайте РМАТ, что позволяет просмотреть ее предварительно, чтобы определиться с дальнейшим планом действий для успешного поступления в выбранный вуз в 2025 году.

Основываясь на всем вышесказанном, можно сделать вывод о том, что изменения, внесенные в правила приема абитуриентов в 2025 году, в полной мере являются отражением индивидуального подхода к будущим студентам, цель которого заключается в обеспечении оптимальных условий, способствующих успешному поступлению в вуз на выбранную специальность [5, с. 106].

Принимая во внимание новые правила приема, были внесены и утверждены изменения, затрагивающие процедуру приема на обучение абитуриентов, поступающих на программы высшего образования в РМАТ, это актуально для бакалавриата, специалитета и магистратуры. Также будет проведена работа по актуализации рекламной деятельности, осуществляемой на базе РМАТ в период приема документов и заявлений абитуриентов. Дополнительно будет обновлена информация на официальном сайте РМАТ и информационном стенде на странице Приемной комиссии.

Список источников

1. Кайдашова А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ФЛИНТА, 2015. С. 99. URL: https://e.lanbook.com/book/72652 (дата обращения: 05.02.2025).

2. Приказ Министерства образования и науки России от 27.11.2024 № 820 «Об утверждении перечня вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_492268/ (дата обращения: 05.02.2025).

3. Приказ Министерства образования и науки России от 27.11.2024 № 821 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (Зарегистрировано в Минюсте России 29.11.2024 № 80379). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_491807/ (дата обращения: 05.02.2025).

4. Современное университетское образование: вызовы и проблемы, ценности и инновации, технологии и качество: сб. науч. тр. Иваново:

ИвГУ, 2021. С. 478. URL: https://e.lanbook.com/book/228275 (дата обращения: 10.02.2025).

5. Шкатулла В.И. Образовательное право России: учебник. 2-е изд. М.: Юстицинформ, 2016. С. 774. URL: https://e.lanbook.com/book/70681 (дата обращения: 01.02.2025).

УДК 37:338.48:35

Технологический алгоритм реализации педагогических условий наставничества в сфере туризма и государственной службы

А.В. Цыганов
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Наставничество в сфере туризма и государственной службы является стратегическим инструментом адаптации новых кадров, повышения их профессионального уровня и формирования компетентных государственных служащих. В условиях постоянного развития туристской индустрии и модернизации государственного управления особое значение приобретает системный подход к наставничеству, который должен учитывать как специфику госслужбы, так и особенности отрасли туризма.
Ключевые слова: наставничество, государственная служба, туризм, профессиональная адаптация, кадровая политика, управленческая деятельность, педагогические условия, технологический алгоритм, оплата труда, искусственный интеллект (ИИ)

Technological algorithm for Implementing pedagogical conditions of mentoring in the fields of tourism and public service

A.V. Tsyganov
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract: Mentorship in the field of tourism and public service is a strategic tool for integrating new personnel, enhancing their professional skills, and develop-

© Цыганов А.В., 2025

ing competent public servants. Given the continuous evolution of the tourism industry and the modernization of public administration, a systematic approach to mentorship is of particular importance. This approach should take into account both the specifics of public service and the unique aspects of the tourism sector.
Keywords: mentoring, civil service, tourism, professional adaptation, human resources policy, management activities, pedagogical conditions, technological algorithm, labor compensation, AI

Технология наставничества

Настоящий технологический алгоритм описывает реализацию педагогических условий наставничества, направленного на ускоренную адаптацию новых сотрудников федеральных и региональных ведомств, ответственных за сферу туризма, развитие их профессиональных навыков и повышение эффективности государственного управления в сфере туризма [5].

Этап 1. Организационная подготовка наставничества

На данном этапе формируются педагогические условия, нормативно-методическая база и управленческая структура, обеспечивающая успешное наставничество.

Разработка нормативных документов:

- Издание приказа ведомства о порядке наставничества.
- Определение критериев подбора наставников [4].
- Разработка методических рекомендаций для наставников с учетом требований государственной службы и норм оплаты труда согласно статье 351.8 ТК РФ [8].
- Формирование системы наставничества.
- Определение целей наставничества в контексте государственной службы и туризма [2].
- Выбор педагогических стратегий и методов наставничества.
- Разработка информационных и образовательных ресурсов для государственных служащих.

Этап 2. Отбор и назначение наставников

Наставники должны обладать не только глубокими знаниями в сфере государственного управления и туризма, но и педагогическими навыками для эффективного обучения новых сотрудников. С 1 марта 2025 года их труд будет оплачиваться в соответствии с трудовым договором или дополнительным соглашением (статья 351.8 ТК РФ) [8].

Определение наставников:

- Анализ профессионального опыта сотрудников, их стажа на государственной службе.

• Добровольное согласие наставника на участие в программе, подкрепленное письменным согласием в соответствии с ТК РФ.

• Назначение наставника.

• Издание приказа ведомства о закреплении наставника за подопечным.

• Определение сроков наставничества.

• Ознакомление наставника и наставляемого с индивидуальным планом наставничества, включая условия оплаты.

Этап 3. Разработка индивидуального плана наставничества

Наставник совместно с руководством структурного подразделения разрабатывает план обучения, включающий теоретические и практические аспекты, а также государственные регламенты и законодательные нормы.

Создание плана наставничества:

• Ознакомление с законодательством о государственной гражданской службе [7].

• Изучение основ государственной политики в сфере туризма [5].

• Практическое освоение цифровых технологий государственного управления [1].

• Определение методов наставничества.

• Практическое сопровождение (обучение на рабочем месте).

• Деловые игры и моделирование ситуаций.

Этап 4. Практическая реализация наставничества

На данном этапе осуществляется передача знаний и компетенций, необходимых для работы в государственной сфере и управлении туризмом. Оплата наставничества фиксируется в трудовом договоре или допсоглашении (статья 351.8 ТК РФ) [8].

Профессиональная адаптация нового государственного служащего:

• Ознакомление с должностными обязанностями и регламентами государственной службы.

• Изучение ключевых направлений туристской политики и механизмов взаимодействия с отраслью.

• Развитие навыков эффективной коммуникации с гражданами, бизнесом и государственными органами.

• Практическая деятельность.

• Ведение документации и отчетности в рамках государственных стандартов.

• Участие в разработке и реализации туристских программ и стратегий.

• Работа с общественностью, туристскими организациями и международными партнерами.

Этап 5. Оценка результатов наставничества

По завершении наставничества проводится оценка его эффективности, анализируются профессиональные достижения наставляемого, а также даются рекомендации по дальнейшему развитию его компетенций в сфере государственной службы и туризма.

Оценка знаний и компетенций наставляемого:

• Проведение аттестации и итогового тестирования.

• Заполнение анкет обратной связи.

• Анализ адаптации и эффективности работы государственного служащего.

• Анализ эффективности наставника.

• Оценка качества работы наставника и его вклада в профессиональное развитие подопечного.

• Включение наставника в кадровый резерв при успешном наставничестве [6].

• Формирование предложений по совершенствованию системы наставничества.

В дополнение к классическому методу наставничества для исследования «Технологический алгоритм реализации педагогических условий наставничества в сфере туризма и государственной службы» можно предложить инновационное ноу-хау – гибридную модель наставничества с использованием искусственного интеллекта (ИИ) и виртуальной реальности (VR). Этот подход интегрирует цифровые технологии в процесс наставничества, усиливая его эффективность и адаптивность к современным вызовам государственной службы и туризма. Ниже описан новый подход и его внедрение в алгоритм.

Модель наставничества с ИИ – «Цифровой наставник»

Концепция: «Цифровой наставник» сочетает традиционное наставничество с применением искусственного интеллекта для анализа компетенций и виртуальной реальности для практического обучения [3]. ИИ выступает как ассистент наставника, обеспечивая персонализированный подход к обучению, а VR создает симуляции реальных рабочих ситуаций в государственной службе и туризме (например, управление кризисами в туризме, взаимодействие с международными партнерами или разработка стратегий).

Ключевые элементы нововведения:

ИИ-аналитика: Искусственный интеллект анализирует профессиональные навыки наставляемого (на основе тестов, отчетов, обратной связи) и предлагает наставнику оптимальные методы обучения [3], адаптированные под конкретного сотрудника.

VR-симуляции: Виртуальная реальность позволяет моделировать сложные сценарии, где наставляемый может практиковаться под руководством наставника в безопасной среде.

Обратная связь в реальном времени: ИИ фиксирует действия наставляемого в VR, предоставляя наставнику данные о прогрессе и зонах роста, что ускоряет корректировку плана обучения [3].

Мотивация через геймификацию: В VR-симуляциях вводятся элементы геймификации (баллы, уровни, достижения), что повышает вовлеченность и мотивацию новых сотрудников.

Интеграция в технологический алгоритм

Этап 1. Организационная подготовка:

• Разработка нормативных документов дополняется требованиями к использованию ИИ и VR (например, технические стандарты оборудования, лицензии на ПО).

• Создание базы VR-симуляций на основе государственной политики в туризме [5] и цифровых регламентов [1].

Этап 2. Отбор и назначение наставников:

• Наставники проходят обучение работе с ИИ и VR-инструментами.

• Условия оплаты труда наставников (статья 351.8 ТК РФ) включают доплаты за освоение цифровых технологий [8].

Этап 3. Разработка индивидуального плана наставничества:

• ИИ анализирует исходные компетенции наставляемого и формирует персонализированный план с учетом данных из VR-симуляций.

• В план добавляются VR-сессии для практического освоения (например, моделирование взаимодействия с туроператорами).

Этап 4. Практическая реализация наставничества:

• Наставник использует VR для проведения тренингов (например, управление туристскими проектами или работа с отчетностью через госуслуги).

• ИИ предоставляет наставнику аналитику в реальном времени, корректируя подход к обучению.

Этап 5. Оценка результатов наставничества:

• Аттестация включает тестирование в VR-сценариях с автоматической оценкой ИИ.

• Анализ эффективности наставника учитывает его успехи в использовании «Цифровой наставник» для включения в кадровый резерв [6].

Преимущества нового подхода:

Персонализация: ИИ адаптирует обучение под индивидуальные потребности сотрудника, что ускоряет адаптацию.

Практическая ориентация: VR позволяет отрабатывать реальные задачи без риска для реальных процессов, что также актуально для туризма и госслужбы.

Экономия ресурсов: Снижение затрат на выездные тренинги и привлечение внешних экспертов за счет виртуальных симуляций.

Повышение мотивации: Геймификация и современные технологии делают процесс наставничества привлекательным для молодых кадров.

Соответствие цифровизации: Подход поддерживает государственную политику цифровизации управления и развитие туризма.

Резюме исследования

Исследование предлагает технологический алгоритм наставничества для адаптации новых сотрудников в туризме и госслужбе через пять этапов: подготовка, отбор наставников, разработка плана, реализация и оценка. Нововведение – модель «Цифровой наставник», сочетающая традиционные методы с ИИ для персонализации и VR для симуляций задач, таких как управление проектами и работа с госуслугами.

Выводы исследования

• Алгоритм ускоряет адаптацию и повышает профессионализм сотрудников.

• «Цифровой наставник» усиливает обучение через сочетание опыта наставников и ИИ-аналитики.

• Традиционные методы обеспечивают передачу практических знаний, а ИИ адаптирует их под каждого.

• VR-симуляции добавляют практическую ценность без реальных рисков.

• Комбинация методов повышает вовлеченность и мотивацию сотрудников.

• Модель соответствует задачам цифровизации и развития туризма.

• Подход перспективен для масштабирования на государственной службе.

Список источников

1. Методические рекомендации по цифровой трансформации государственных корпораций и компаний с государственным участием. URL: https://digital.gov.ru/uploaded/files/7metodicheskierekomendatsii06092022125913_TZmtVQB.pdf (дата обращения: 01.03.2025).

2. Методический инструментарий по осуществлению наставничества на государственной гражданской службе Российской Федерации. URL: https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/7?ysclid=m7v8y87zzx655338961 (дата обращения: 01.03.2025).

3. Образовательные продукты с алгоритмами искусственного интеллекта для адаптивного обучения в общем образовании. Требования к учебно-методическим материалам. ГОСТ Р 59896-2021. Технологии искусственного интеллекта в образовании. Общие положения и терминология. ГОСТ Р 59895-2021. URL: https://www.rst.gov.ru/portal/gost/home/standarts/aistandarts (дата обращения: 01.03.2025).

4. Правительство Российской Федерации. Постановление от 7 октября 2019 г. № 1296 «Об утверждении Положения о наставничестве на государственной гражданской службе Российской Федерации». URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=102660410&backlink=1&&nd=102608246&ysclid=m7v8r69mrx620774540 (дата обращения: 01.03.2025).

5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. URL: http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf (дата обращения: 01.03.2025).

6. Указ Президента Российской Федерации от 01.03.2017 № 96 «Об утверждении Положения о кадровом резерве федерального государственного органа». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41733 (дата обращения: 01.03.2025).

7. Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/21210 (дата обращения: 01.03.2025).

8. Федеральный закон от 9 ноября 2024 г. № 381-ФЗ «О внесении изменения в Трудовой кодекс Российской Федерации» (статья 351.8 ТК РФ). URL: http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202411090013?ysclid=m7v8kaajw7248200534 (дата обращения: 01.03.2025).

УДК 378:004

Модели проектирования практической подготовки студентов вуза в цифровой образовательной среде

М.В. Цыганов
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются современные модели проектирования практической подготовки студентов вузов в цифровой образовательной среде. Основное внимание уделено интеграции цифровых технологий для повышения эффективности практико-ориентированного обучения. Модели ориентированы на соответствие компетенций выпускников актуальным требованиям, адаптацию к цифровым инструментам и обеспечение взаимодействия между студентами, преподавателями и профессиональным сообществом. Подчеркивается важность гибкости и индивидуализации обучения, а также анализируются проблемы и перспективы применения этих моделей в вузах.
Ключевые слова: практическая подготовка, цифровая образовательная среда, модель проектирования, профессиональные компетенции, высшее образование

Models for designing practical training for university students in a digital educational environment

M.V. Tsyganov
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article is devoted to an overview of modern models of designing practical training for university students in a digital educational environment. The key aspects of integrating digital technologies into the educational process aimed at increasing the effectiveness of practice-oriented learning are considered. Models should consider the specifics of modern requirements for graduates' competencies, adaptation to digital tools and platforms, as well as ensuring interaction between students, teachers and the professional community. The work emphasizes the importance of flexibility and individualization of approaches to learning and analyzes potential challenges and prospects for introducing various models into university practice.

© Цыганов М.В., 2025

Keywords: practical training, digital educational environment, design model, professional competencies, higher education

Актуальность темы исследования обусловлена тем фактом, что на современном этапе развития высшего образования процесс характеризуется активным внедрением цифровых технологий, которые трансформируют традиционные подходы к обучению и подготовке специалистов. В условиях цифровизации экономики и общества особую актуальность приобретает практическая подготовка студентов вузов, направленная на формирование профессиональных компетенций, соответствующих требованиям рынка труда [5]. Цифровая образовательная среда (ЦОС) [6] открывает новые возможности для организации практического обучения, обеспечивая доступ к современным инструментам, ресурсам и технологиям, а также способствуя развитию навыков работы в виртуальном пространстве. Однако эффективное использование этих возможностей требует научно обоснованного подхода к проектированию образовательного процесса. В этой связи возникает необходимость разработки моделей практической подготовки студентов, которая бы учитывала отраслевую специфику, обеспечивала гибкость и адаптивность обучения, а также способствовала интеграции теоретических знаний и практических умений. Данная статья посвящена анализу различных ЦОС, существующих моделей, поиску новых возможностей, выработке новых подходов проектирования, критериев и задач и перспектив применения различных моделей в вузовской практике.

Современные модели проектирования [7] практической подготовки студентов вузов в цифровой образовательной среде позволяют высшим учебным заведений интегрировать передовые цифровые технологии в процесс обучения. Развивать у студентов профессиональные компетенции и навыки, соответствующие современным требованиям рынка труда, и повышать качество образования. Для этого в вузе должна быть сформирована современная интегрированная цифровая образовательная среда для профессионального практического обучения, единая цифровая экосистема, в которой соединяются элементы профессиональной практической деятельности, виртуальной симуляции и очных занятий на тренажерах, адаптивных образовательных инструментов и цифровых технологий, максимально приближенных к реальным профессиональным задачам и условиям практической трудовой деятельности по различным специальностям. В созданной экосистеме студенты осваивают различные компетенции и профессиональные навыки,

при этом непрерывно взаимодействуя с преподавателями, руководителями, наставниками, экспертами отрасли, работодателями и друг с другом в едином цифровом пространстве. Используются виртуальные лаборатории, цифровые двойники, VR/AR-технологий и профессиональные симуляторы для получения практических навыков. В созданной среде выводится индивидуальная траектория обучения с применением искусственного интеллекта и адаптивных цифровых инструментов в зависимости от образовательных целей и профессиональных предпочтений. Применяются различные инструменты автоматизированного сбора, анализа и визуализации данных, цифрового следа, учебной и практической деятельности студентов, их успеваемости, осуществляется поддержка цифровой рефлексии и самооценки [4]. Акцент делается на конкретные передовые цифровые продукты и решения, максимально приближенные к реальной практической деятельности отраслевых предприятий, будущих работодателей для выпускников вуза.

Технологии, применяемые для создания и функционирования электронной образовательной среды (ЭОС), играют ключевую роль в обеспечении ее эффективности. Процесс создания цифровой платформы начинается с анализа потребностей аудитории и целей обучения и затем переходит к проектированию структуры и подбору технологических решений. В дальнейшем система наполняется учебным контентом, тестируется на стабильность и функциональность. После запуска ЭОС постоянно анализируется и совершенствуется, чтобы соответствовать меняющимся задачам и условиям. В результате выстраивается гибкая цифровая среда, позволяющая проводить эффективное обучение пользователей.

Проанализировав современные ЭОС и описанные разработки, можно отметить, что модели проектирования практической подготовки, которые присутствуют на сегодняшний день, в своем большинстве имеют модульную структуру. Модульная структура обеспечивает гибкость и адаптивность к различным дисциплинам, обеспечивая развитие конкретных, измеримых и релевантных практических компетенций, последовательно формирующих взаимосвязанные навыки и знания. Приведем примеры основных типовых модулей, которые изменяются в зависимости от целей и программы обучения:

Модуль базовой цифровой подготовки – обеспечивает техническую и инструментальную готовность студентов к работе в цифровой образовательной среде путем освоения базовых инструментов и модулей.

Модуль проектной деятельности – развивает навыки командной разработки и реализации профессиональных проектов с использованием облачных сервисов и инструментов цифрового взаимодействия участников проекта.

Модуль сценарного моделирования – формирует профессиональные компетенции посредством прогнозирования виртуальных ситуаций с применением симуляторов и VR/AR-технологий.

Модуль кросс-функциональных компетенций – развивает гибкие и универсальные навыки коммуникаций и критического мышления.

Модуль персонализации обучения – обеспечивает создание индивидуальных образовательных траекторий на основе анализа индивидуальных достижений, успеваемости, цифрового следа и мониторинга прогресса обучения.

Модуль виртуального наставничества – предоставляет персонализированную поддержку и консультации для студентов посредством цифровых помощников на основе ИИ и онлайн-взаимодействия с отраслевыми экспертами.

Модуль креативной лаборатории – позволяет осуществлять выработку инновационных идей и цифровых продуктов с использованием технологий виртуального прототипирования и их апробацию.

Модуль сетевого сотрудничества – тренирует навыки эффективной командной работы [3] и управления проектами в распределенных сетевых командах посредством платформ цифрового взаимодействия.

Модуль сертификационной практики – завершает подготовку созданием профессионального цифрового портфолио и прохождением аттестации.

Модуль цифровой саморефлексии – способствует развитию навыков осознанного анализа и оценки профессиональной деятельности в цифровой среде для самостоятельного управления личностным ростом.

Модуль цифровой культуры и безопасности – формирует навыки безопасного и этичного поведения в цифровом пространстве, обучает информационной безопасности и принципам защиты персональных данных. Данный перечень модулей является открытым, набор модулей может расширяться фактически неограниченно, в соответствии с поставленными задачами, планами и программой обучения.

Основной проблемой повсеместного и полноценного внедрения инновационных ЦОС и современных моделей проектирования [10] практической подготовки студентов вузов являлись ограничения,

связанные с дороговизной оборудования, программного обеспечения, разработки индивидуальных программ и аналогичные трудности. В настоящий момент задача внедрения самых передовых моделей обучения успешно решается в том числе и государственной программой «Приоритет-2030», и новой стратегией развития образования на период до 2036 года с перспективой до 2040 года. Создаются отечественные системы, цифровые платформы и программные продукты, призванные обеспечить передовое, доступное и качественное образование. Ведущие российские университеты [8] и институты становятся практико-ориентированными центрами непрерывного образования, создающими образовательные программы и проводящими исследования в интересах общества, бизнеса и государства. Они трансформируются в цифровые научно-образовательные экосистемы, постоянно генерирующие и внедряющие новые знания и навыки, развивают адаптивные, практико-ориентированные и гибкие образовательные программы и сетевое взаимодействие с ведущими российскими организациями, предприятиями и государственными органами.

Современная образовательная реальность претерпевает глобальные изменения. Цифровые умения и компетенции становятся основными навыками, востребованными на рынке труда. Множественные карьерные пути и укороченный жизненный цикл продуктов и технологий заставляют специалистов постоянно обновлять свои знания и компетенции и осваивать новые профессии. Традиционная система образования эволюционирует к модели непрерывного обучения на протяжении всей жизни. От человека требуется гибкость мышления, способность к быстрому и постоянному образованию и самообразованию и готовность адаптироваться к изменениям.

Стремительная смена технологических парадигм трансформирует запросы рынка труда, где в условиях цифровой экономики особую ценность приобретают междисциплинарные навыки. Это требует быстрой адаптации образовательных моделей к новым реалиям. Время становится решающим фактором построения моделей практической подготовки в цифровой образовательной среде, особенно в контексте необходимости резко сократить период от постановки задачи до полноценного внедрения. Время также непосредственно влияет на планирование и организацию учебного процесса, графики занятий и сроки выполнения заданий с учетом особенностей программы обучения, возможностей и потребностей каждого участника. Высокая скорость внедрения учебных про-

грамм в короткие сроки обеспечивает актуальность их содержания, а цифровые инструменты минимизируют временные затраты на проектирование, наполнение контентом и оценку знаний, устраняя лишние этапы. Сокращение времени внедрения модели практической подготовки делает ее практико-ориентированной и конкурентоспособной.

Так как ключевыми факторами становятся время и скорость внедрения моделей практической подготовки, то эти параметры также должны быть в приоритете при выборе и планировании электронной образовательной среды и проектировании практической подготовки студентов вузов. Необходимо объединить научный, образовательный и инновационный потенциал для разработки адаптивных алгоритмов, позволяющих в реальном времени моделировать и оптимизировать прототипы, обеспечить создание университетских тестовых лабораторий для быстрого внедрения тестовых моделей, где студенты и преподаватели совместно с экспертами тестируют и дорабатывают практические модели прямо в процессе обучения и реализуют ускоренную интеграцию готовых моделей в реальные проекты. Сборник лучших практик университетов программы «Приоритет 2030» [6], созданный ФГАНУ «Социоцентр» при участии Минобрнауки России отражает тенденции, изложенные в данной статье, и подтверждает принципы построения моделей практической подготовки. Ведущие университеты разрабатывают и внедряют модели образовательной деятельности с использованием проектных методов обучения. Также, например, одним из приоритетов изменений в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого является обеспечение перехода университета к НПР-центричной модели, ориентированной на научно-педагогический, а не административно-управленческий персонал для создания творческой атмосферы и обеспечения гибкости бизнес-процессов, быстрого достижения поставленных целей и моментальной реакции на запросы заказчика.

В заключение следует отметить, что разработка эффективных моделей практической подготовки в цифровой образовательной среде является важнейшей задачей современного высшего образования. Новизна исследования состоит в том, что на основе анализа и изучения материалов делается вывод о том, что время и скорость внедрения моделей практической подготовки студентов в цифровой образовательной среде становятся важнейшими показателями. Анализ существующих моделей практической подготовки, проектных методов обучения, возможностей и ограничений цифровой среды,

педагогических подходов и практического применения цифровых инструментов и технологий выявил закономерность, при которой успешная реализация образовательного процесса для всех участников происходит при жестком соблюдении тайм-менеджмента на всех этапах реализации. Вместе с тем необходимо продолжить дальнейшее изучение моделей проектирования практической подготовки в цифровой среде и их влияния на трудоустройство и карьерный рост. Необходимо непрерывно совершенствовать ЦОС, а лучшие рабочие модели целесообразно использовать для создания нейросетевых образовательных инструментов и для сетевого обмена между различными участниками образовательного процесса.

Список источников

1. Безбородова М.А. Проектирование модели практической подготовки студентов-педагогов в условиях школьно-университетского партнерства // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10, вып. 4. URL: https://mir-nauki.com/PDF/18PDMN422.pdf (дата обращения: 24.03.2025).

2. Бороненко Т.А., Федотова В.С. Концептуальная модель процесса профессиональной подготовки учителя информатики к педагогическому проектированию в цифровой образовательной среде // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 8, вып. 4. С. 396–406.

3. Даринская Л.А., Балышев П.А. Педагогическая модель развития компетенции командной работы студентов в цифровой образовательной среде вуза // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 9, вып. 3. С. 276–285.

4. Методы метапознания: как научить учиться детей и взрослых. URL: https://skillbox.ru/media/education/metody-metapoznaniya-kak-nauchit-uchitsya-detey-i-vzroslykh/ (дата обращения: 21.03.2025).

5. Основные тренды цифровизации высшего образования. URL: https://www.rea.ru/~file/76142/%D0%92%D1%8B%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA+1.+%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B5+%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B+%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%D0%B8.pdf (дата обращения: 21.03.2025).

6. Сборник лучших практик университетов программы «Приоритет 2030». URL: https://priority2030.ru/upload/iblock/4e2/nkp6n8xm51zwq753cx7uh9aql42evfav/Sbornik-luchshikh-praktik-universitetov-programmy-_Prioritet-2030_.pdf (дата обращения: 22.03.2025).

7. Соловов А.В., Меньшикова А.А. Модели проектирования и функционирования цифровых образовательных сред // Высшее образование в России. 2021. Т. 30, № 1. С. 144–155.

8. Стратегия развития Института до 2030 года. URL: https://spb.ranepa.ru/wp-content/uploads/2023/10/strategiya-razvitiya-instituta-do-2030-goda.pdf (дата обращения: 25.03.2025).

9. Цифровая образовательная среда вуза – эффективный инструмент формирования универсальных компетенций студентов. URL: https://expert-edu.ru/images/sbornik_2022/statyi/3_2_belikova_syrovatskay.pdf (дата обращения: 25.03.2025).

10. 5 моделей проектирования курсов: как выбрать подходящую. URL: https://skillbox.ru/media/education/5-modeley-proektirovaniya-kursov-kak-vybrat-podkhodyashchuyu/ (дата обращения: 20.03.2025).

II

МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 331.101

Политика благополучия и здоровья сотрудников сферы туризма и гостеприимства в условиях дефицита кадров на рынке труда

В.М. Вобликов
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы обеспечения кадрами предприятий сферы туризма и гостеприимства в условиях их дефицита, программы благополучия и здоровья работников как один из механизмов привлечения и удержания кадров, направления развития социальных программ и программ благополучия работников в современных условиях.

Ключевые слова: благополучие и здоровье персонала, компоненты благополучия персонала, программы благополучия, дефицит кадров, особенности деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства, направления развития социальной политики компаний

© Вобликов В.М., 2025

The policy of well-being and health of employees in the field of tourism and hospitality in conditions of staff shortage in the labor market

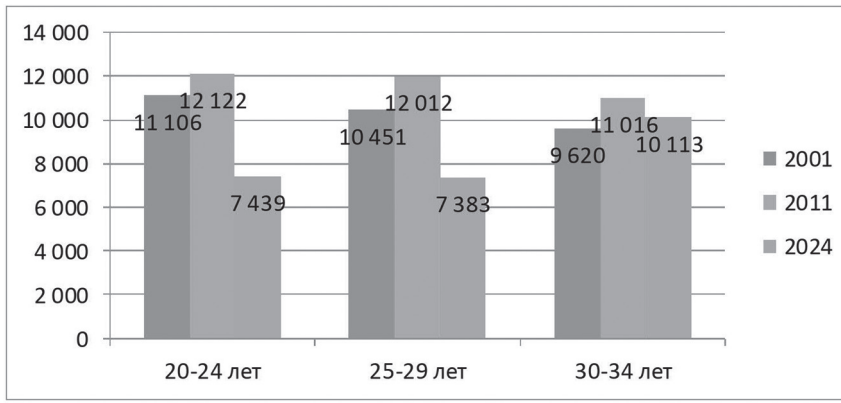
V.M. Voblikov
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article discusses the problems of providing personnel to tourism and hospitality enterprises in conditions of their shortage, employee well-being and health programs as one of the mechanisms for attracting and retaining personnel, and the development of social and employee well-being programs in modern conditions.
Keywords: staff well-being and health, components of staff well-being, well-being programs, staff shortage, specifics of the activities of tourism and hospitality enterprises, directions for the development of social policy of companies

Современные условия деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства кроме прочего характеризуются дефицитом кадров на рынке труда. О дефиците кадров в России для многих отраслей и сфер деятельности свидетельствует, в том числе, и уровень безработицы, который, по данным Минтруда, в 2024 году в среднем составил 2,5%, что в два раза ниже естественного уровня безработицы (4–5%). Это свидетельствует о том, что на рынке труда нет резерва трудовых ресурсов для развития бизнеса. Такое положение связано, прежде всего, с демографической ситуацией в России. В возрастных группах 20–24 и 25–29 лет численность населения в 2024 году в сравнении с 2011 годом сократилась более чем на 30%, с около 12 млн до около 7,5 млн по каждой группе (рисунок). Следует отметить, что это основные возрастные категории, занятые в сфере туризма и гостеприимства.

Кроме того, с 2014 года происходит рост потребности в трудовых ресурсах для сферы материального производства в связи с необходимостью реализации программ импортозамещения в условиях международных санкций и ограничений. А также обеспечение потребностей оборонно-промышленного комплекса кадрами, резко увеличившего с 2022 года производство продукции военного назначения для нужд Специальной военной операции, что ведет к росту привлекательности этих сфер по оплате труда и как следствие отток трудовых ресурсов из других сфер экономической деятельности.

Другим фактором, обусловливающим необходимость решения кадрового вопроса в сфере туризма, является необходимость раз-



Изменение численности населения РФ
в отдельных возрастных группах с 2001 по 2024 г., в тыс. чел. [8]

вития внутреннего туризма. В рамках нацпроекта «Туризм и гостеприимство», по оценке специалистов, для реализации программ развития сферы туризма к 2030 году потребуется привлечь в отрасль дополнительно более 400 тыс. работников. А уже в настоящее время дефицит кадров составляет 30–40% [2, 7]. Это также влияет на обеспечение персоналом предприятий сферы туризма и гостеприимства и ставит кадровый вопрос еще острее.

В этих условиях повышается ценность работника для компании. Они вынуждены конкурировать за потенциальных работников, предлагая, в том числе, более привлекательные условия. Все это потребует от компаний формировать как благоприятную производственную среду, так и участвовать в развитии социальной среды своих сотрудников, т.е. следовать в кадровой политике трендам, связанным с обеспечением благополучия работников.

По данным ряда специалистов по социальной политике, среди ключевых факторов, влияющих на изменение социальной политики зарубежных и отечественных компаний, можно выделить факторы, представленные в табл. 1.

Данные таблицы показывают, что факторы, влияющие на социальную политику компаний, в России и в мире в целом совпадают, что объясняется сохраняющимся глобальным характером экономики и социальных процессов. Отличием является, то, что характерные для западных стран экологические «зеленые» и гендерные повестки не получили своего распространения в России.

Таблица 1

Факторы, влияющие на изменение социальной политики компаний в России и в мире [6]

В России	В развитых странах мира
Дефицит кадров и борьба за кадры	Дефицит кадров и борьба за кадры
Гибридная работа	Гибридная работа
Быстрая смена/развитие технологий	Быстрая смена/развитие технологий
Повышение мобильности персонала	Изменение ценностей общества
Демографическая ситуация и старение населения	YOLO-экономика («живешь только один раз»)
Gig-экономика (привлечение сторонних специалистов)	Gig-экономика

Программы сохранения здоровья работников стали активно применяться еще в двадцатом веке. Преимущественно эти программы были направлены на обеспечение сохранения физического здоровья путем улучшения условий труда, медицинского страхования, а в Советском Союзе получила распространение практика санаторно-курортного отдыха и лечения трудящихся.

В настоящее время программы благополучия и здоровья приобрели особую актуальность в условиях пандемии COVID-19. Именно в период пандемии забота о здоровье как ключевой составляющей благополучия получила свое развитие.

В условиях дефицита кадров у бизнеса приходит понимание, что ключевой ресурс компании – люди, и не только в плане их компетенций и квалификации, но и их психологического состояния, удовлетворенности работой и условиями жизни, благосостоянием семьи, возможностью развития. То есть условиями, в которых наиболее полно реализуются профессиональные и личные качества работника и тем самым обеспечивается устойчивость и развитие бизнеса.

Во многих крупных зарубежных и ряде отечественных компаний получили распространения Well-being программы, или программы благополучия сотрудников. Между тем понимание самого термина

«благополучие человека» является до настоящего времени дискуссионным. Это связано с тем, что в понимании сущности благополучия можно выделить множество аспектов, и прежде всего субъективный и объективный. Субъективный, индивидуальный аспект благополучия для каждого человека определяется своими факторами, условиями и их значениями. Благополучие конкретного индивида связано с его восприятием и оценкой им качества своей жизни, своего психологического состояния.

С другой стороны, благополучие основано на объективных внешних факторах (экономических, социальных, демографических, культурных), которые определяют восприятие условий своей жизнедеятельности целыми социальными группами и влияют на восприятие каждого индивида. Субъективное восприятие благополучия может как совпадать, так и не совпадать с объективными факторами. Сложность определения сущности благополучия вызывает необходимость комплексного учета как субъективных, так и объективных факторов.

По мнению американских специалистов в области организационного поведения, авторов работ по благополучию человека Карен Данна и Рики Гриффин благополучие человека это всеобъемлющая категория, включающая удовлетворенность жизнью в целом и удовлетворенность работой [5].

Если рассматривать подходы к проблеме благополучия Всемирной организации здравоохранения, то общее благополучие определяется как «…состояние, в котором каждый человек реализует свой собственный потенциал, может справляться с нормальными стрессами жизни, продуктивно и плодотворно работает и вносит вклад в жизнь своей общины» [1]. Благополучие является неотъемлемой частью здоровья. При этом происходит изменение понимания благополучия от узкого подхода, ориентированного на гигиену труда, до его определения как составляющей общественного здоровья.

В плане практической реализации концепции благополучия необходимо выделение ее структурных элементов и их содержательного наполнения. Практико-ориентированный подход к проблеме благополучия работников как раз и основан на выделении таких структурных компонентов. Различного рода исследования специалистов и консалтинговых компаний показывают, что в модели благополучия, как правило, выделяют составляющие, отраженные в табл. 2.

Указанные в табл. 2 составляющие охватывают основные группы потребностей современного человека. Неудовлетворенность

Таблица 2

Структурные элементы благополучия работников

Компоненты	Направления обеспечения благополучия	Условия и средства обеспечения
Физическое	Поддержание и улучшение физического здоровья сотрудников	Определяются компаниями исходя из потребностей Их и сотрудников, возможностей компании
Психическое и эмоциональное	Формирование самосознания, обеспечение эмоциональной уравновешенности, преодоления стрессов	
Социальное	Поддержание отношений сотрудничества с другими людьми, социальная и профессиональная реализация	
Финансовое	Достижение финансовой безопасности	

одним из компонентов может сказаться на неудовлетворенности и другими составляющими и повлиять на удовлетворенность в целом. В результате благополучие работника – это такое его состояние, при котором он здоров, эмоционально уравновешен, имеет доброжелательные отношения с окружающими и финансово обеспечен.

Вместе с тем универсального подхода к определению содержания и условий для реализации этих компонентов не существует. Оно основывается на уникальных потребностях и характеристиках конкретных компаний и их сотрудников. Это затрудняет формирование универсальной политики компании в области благополучия сотрудников. Корпоративные программы благополучия сотрудников являются относительно новым в управлении современным бизнесом.

Основными стратегиями в социальной политике компаний являются следующие: программы здоровья и благополучия (well-being); гибкость, индивидуализация, устойчивость (resilience); опыт сотрудников в части использования льгот; управление затратами в рамках пересмотра социального пакета; повышение качества оказываемых услуг.

Отчет консалтинговой компании Willis Towers Watson Benefit Trends Survey 2021, которая провела опрос около 4000 компаний по

всему миру, показывает, что ключевая идея социальной политики – это «велбеингизация» льготной стратегии. Из опрошенных компаний 65% планируют имплементировать благополучие в льготные политики. При этом приоритетными задачами в стратегии реализации льгот, по мнению западных компаний, являются повышение вовлеченности (77%), управление затратами (68%), привлечение и удержание (63%). А в целом целью льгот является повышение уровня благополучия сотрудников [4].

Что касается отечественных компаний, то результаты опроса руководителей, ответственных за социальную политику таких отечественных компаний, как: Веб.РФ, Ростатом, НЛМК, ФосАгро, Северсталь, Акрон, ОМК, Металлоинвест, Газпром нефть, Уралхим, показывают, что стратегии компаний в части реализации социального пакета направлены на повышение эффективности социальных расходов и социальной поддержки, развитие программ здоровья и благополучия, развитие онлайн-программ поддержки, расширение наполнения социальных пакетов, реализация социального пакета в полном объеме, сохранение и индексация действующих льгот, переход на грантовую систему поддержки [6].

В исследовании совместной проектной группы НИУ Высшая школа экономики и компания «Кросслайф» утверждается, что в зарубежной и отечественной практике получили распространение в среднем до 8 составляющих корпоративных программ благополучия. Такими составляющими являются: программы здоровья, финансовой безопасности, позитивные социальные связи и коммуникации, обеспечение благоприятных условий жизни и трудовой деятельности, семейные программы, программы, связанные с развитием и саморазвитием, программы досуга [3].

Например, один из лидеров в реализации программ благополучия сотрудников Google предлагает такие услуги, как доступ к медицинским учреждениям, услуги отдельных врачей в офисах, разнообразное питание, поддержка близких в случае смерти работника на протяжении 10 лет.

Специалист по социальной политике С. Нагерняк в своем исследовании отмечает, что основными направлениями развития компонентов программ благополучия и льгот в западных странах и в России являются направления, представленные в табл. 3.

Данные табл. 3 показывают, что составляющие программ благополучия и льгот в целом совпадают. Очевидно, это объясняется исследованием и внедрением в отечественной практике лучших за-

Таблица 3

Направления развития компонентов программ благополучия [6]

США, Евросоюз, Великобритания	Россия
Персонализация льгот (гибкие льготы) Программы ментального здоровья Софинансирование льгот Корпоративные страховые компании Корпоративные клиники Well-being Программы для членов семьи Тестовые льготы на год «Зеленые льготы» (электрокары, велосипеды и т.д.) Социальный пакет для фрилансеров и работников на аутсорсе Телемедицина Льготы для дистанционных работников Страхование жизни	Персонализация льгот (гибкие льготы) Пенсионные программы Дисконтные программы Компенсация питания Программы для членов семьи Телемедицина и паспорта здоровья Удаленная работа Страхование жизни

рубежных практик в этой сфере. Отличием являются элементы «зеленой» повестки и социальные пакеты для специалистов, не являющихся работниками компаний, но оказывающих им услуги, а также организация корпоративных клиник.

Что касается основных направлений развития программ благополучия, то следует отметить их персонализацию, гибкость, цифровизацию, расширение инструментов, повышение понимания ценностей программ сотрудниками.

При этом в качестве ключевых направлений развития этой сферы можно выделить следующие направления:

- встраивание социального пакета в стратегию развития бизнеса;
- использование социального пакета в оперативном управлении персоналом организации;
- повышение устойчивости бизнеса через адаптивность/жизнестойкость работников;
- дифференциация социального пакета по категориям персонала и его персонализация;
- встраивание программ благополучия в корпоративную культуру компаний;

• включение в социальные программы членов семьи работников, клиентов, местных сообществ.

Возможность реализации политики благополучия и здоровья работников на предприятиях сферы туризма и гостеприимства определяется существенными особенностями этой сферы (табл. 4).

Выявленные особенности предприятий сферы туризма и гостеприимства могут как способствовать, так и препятствовать реализации политики благополучия и здоровья работников. Для успешной их реализации потребуется дифференцированный подход, основанный на учете как индивидуальных, так и коллективных потребностей персонала туристских компаний, позволяющий определить эффективную политику благополучия сотрудников и при этом оптимизировать ресурсы на их реализацию.

Для оценки потребностей работников предприятий сферы туризма и гостеприимства может быть использован разработанный консалтинговой компанией «Кросслайф» опросник по определению «Индекса благополучия» [3]. Компания реализовала свой подход через соответствующую цифровую платформу. Функционал платформы обеспечивает проведение анализа по шести параметрам: физическая активность; ментальное здоровье; питание; социум; качество сна; финансы. Специалисты по социальным программам с помощью платформы могут определить состояние удовлетворенности сотрудников по каждому элементу и в целом.

Тем самым может быть обеспечено принятие решений по оптимизации бюджета на программы благополучия. Посредством платформы каждому сотруднику предлагаются как рекомендации по участию в каких-либо обучающих и консультативных мероприятиях, так и разнообразные персонализированные льготы с учетом должности, региона проживания и других факторов. Аналитические отчеты ресурса позволяют принимать обоснованные решения о структуре и содержании социальных программ и программ благополучия, тем самым делая их востребованными у персонала, и, кроме того, позволяют оптимизировать затраты на эти цели.

Предлагая сотрудникам современные и гибкие программы льгот, компания будет привлекательной для потенциальных работников и может обеспечить привлечение и удержание лучших кадров. Такие работники более мотивированы и продуктивны в своей деятельности.

Таким образом, мировые и отечественные тенденции в области политики благополучия и здоровья сотрудников компаний показывают, что подобные программы набирают популярность и могут

Таблица 4

Возможности и ограничения реализации программ благополучия и здоровья работников на предприятиях сферы туризма и гостеприимства

Возможности	Особенности предприятий сферы туризма и гостеприимства	Ограничения
Реализация программ развития постоянного состава в периоды спада экономической активности	Высокая зависимость от экономической, политической ситуации, рыночной конъюнктуры и, как следствие, быстрое сокращение объемов деятельности	Дефицит ресурсов на программы благополучия и здоровья, сложность планирования долгосрочных программ
Временное трудоустройство у партнеров, условия для реализации собственных жизненных планов работников	Сезонность многих туристских объектов России	Ограниченность программ по срокам реализации, необходимость увольнения сезонных работников
Акцентирование на универсальных составляющих: программы здоровья, условия труда, условия жизни, питание	Разнообразие специализаций работников туристской компании	Снижение учета индивидуальных предпочтений работников различных специализаций
Дифференциация компонентов программ и их многоуровневость, возможность пользования отдельными услугами туристских комплексов	Значительная доля рабочих мест, не требующих высокого уровня образования и квалификации	Сложность планирования, согласования и реализации разнообразных социальных программ
Реализация программ, направленных на поддержку семей, детей работников, косметологических программ и программ женского здоровья	Значительная доля женщин в структуре персонала гостиничных комплексов	Увеличением затрат на программы благополучия и здоровья

быть средством привлечения и удержания сотрудников в условиях дефицита кадров на рынке труда. При этом необходимо учитывать особенности сферы туризма и гостеприимства, индивидуальные потребности и предпочтения сотрудников, а затем определять возможности для их удовлетворения и поддержания.

Список источников

1. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ). Официальный сайт. URL: https://www.who.int/ru / (дата обращения: 01.04.2025).

2. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: https://национальныепроекты.рф/projects/turizm/ (дата обращения: 31.03.2025).

3. Обзор лучших мировых практик корпоративных программ благополучия сотрудников. Совместное исследование экспертов компании Кросслайф и НИУ ВШЭ. URL: https://crosslife.me/crosslife_research/(дата обращения: 02.04.2025).

4. Обзор тенденций в области льгот на 2021 год. 2021 Benefit Trends Survey – WTW. URL: https://www.wtwco.com/en-us/insights/2021/10/2021-benefit-trends-survey (дата обращения: 02.04.2025).

5. Основные подходы к пониманию благополучия сотрудника: от теории к практике // Организационная психология. 2021. Т. 11, № 1. С. 93–112.

6. Основные тренды в области социального пакета и программ Well-being // Журнал «Льготы и Бенефиты». URL: https://perkbenefits.ru/ (дата обращения: 02.04.2025).

7. Трофимов Е.Н. Туризм 2025: проблемы, перспективы, кадры // Вестник РМАТ. 2025. № 1. С. 4–8.

8. Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник 2024. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2024.pdf/ (дата обращения: 31.03.2025).

УДК 338

Принципы управления системой обеспечения качества VIP-обслуживания в аэропортах туристских дестинаций

В.А. Волков
ООО «АЭРОВИП»,
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье приведены результаты исследования организации VIP-обслуживания пассажиров аэропортов, которое основано на комплексном подходе к удовлетворению потребностей премиального сегмента и созданию уникального клиентского опыта. Выявлены основные принципы управления, которые возникают при управлении этими проектами для обеспечения эксклюзивности, персонализации, комплексности, непрерывности и превосходства в качестве. Проанализирована система VIP-обслуживания в аэропортах, которая представляет собой сложную структуру, включающую инфраструктурный, процессный, сервисный, кадровый и управленческий компоненты, каждый из которых вносит вклад в формирование премиального клиентского опыта.
Ключевые слова: аэропорт, авиатранспортные услуги, управление проектом, VIP-обслуживание пассажиров

Principles of management of the VIP service quality assurance system at airports of tourist destinations

V.A. Volkov
AEROVIP LLC,
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article presents the results of a study on the organization of VIP passenger services at airports, which is based on an integrated approach to meeting the needs of the premium segment and creating a unique customer experience. The basic principles of management that arise when managing these projects to ensure exclusivity, personalization, complexity, continuity and excellence in quality are identified. The VIP service system at airports is analyzed, which is a complex structure that includes infrastructural, process, ser-

© Волков В.А., 2025

vice, personnel and management components, each of which contributes to the formation of a premium customer experience.
Keywords: airport, air transport services, project management, VIP passenger service

Сегмент VIP-обслуживания пассажиров является перспективным направлением развития неавиационных услуг в аэропортах, обеспечивая дополнительный доход и конкурентное преимущество туристских дестинаций. Принципы организации такого обслуживания основаны на комплексном подходе к удовлетворению потребностей премиального сегмента и созданию уникального клиентского опыта. Данное направление приобретает особую актуальность в условиях растущей конкуренции между аэропортами и стремления аэропортовых комплексов к диверсификации источников доходов за пределами традиционных авиационных сборов.

Исторически VIP-обслуживание связано с развитием деловой авиации. По мнению А.В. Синицкого, «сегмент VIP-услуг начал активно формироваться в 1980-х годах в крупнейших международных аэропортовых хабах, первоначально ориентируясь на обслуживание первых лиц государств и бизнес-элиты» [4]. Позднее сегмент расширился, охватив более широкие категории состоятельных пассажиров. Эволюция данного сегмента отражает общемировую тенденцию к демократизации премиальных услуг и формированию новой модели «доступной роскоши» в различных сферах потребительского рынка.

Современная концепция VIP-обслуживания предполагает создание выделенной инфраструктуры и специализированных процессов на всех этапах путешествия. Основными принципами организации являются эксклюзивность, персонализация, комплексность, непрерывность сервиса и превосходство в качестве.

Принцип эксклюзивности реализуется через создание обособленной инфраструктуры: VIP-терминалов, выделенных зон регистрации, отдельных выходов на посадку и приватных транспортных средств [5].

Принцип персонализации предполагает формирование индивидуального клиентского опыта через изучение потребностей пассажира и закрепление персонального ассистента. Как отмечает Б.В. Артамонов, такой подход включает «не только учет базовых потребностей, но и предвосхищение ожиданий» [1].

Принцип комплексности заключается в предоставлении полного спектра услуг, охватывающего все аспекты пребывания в аэропорту и дополнительные потребности [3].

Принцип непрерывности обеспечивает бесшовный клиентский опыт через координацию всех служб аэропорта, оперативное информирование и контроль багажа [7].

Принцип превосходства в качестве требует внедрения высоких стандартов обслуживания, системы контроля качества и постоянного совершенствования процессов [8].

Для детального понимания специфики VIP-обслуживания в табл. 1 представлена структура системы с основными компонентами, их функциями и критериями эффективности.

Система VIP-обслуживания в аэропортах представляет собой сложную структуру, включающую инфраструктурный, процессный, сервисный, кадровый и управленческий компоненты, каждый из которых вносит вклад в формирование премиального клиентского опыта.

Инфраструктурный компонент представлен специализированными объектами и может быть реализован в различных форматах:

1. Отдельный VIP-терминал – автономный объект, обеспечивающий максимальный уровень приватности, типичный для крупных международных аэропортов;

2. VIP-зал в основном терминале – выделенная зона для ускоренного прохождения формальностей, характерная для региональных аэропортов;

3. Бизнес-зал повышенной комфортности – базовый уровень премиального обслуживания.

Критериями эффективности инфраструктурного компонента являются функциональность, эстетика, техническая оснащенность и удобство расположения.

Процессный компонент включает специализированные операции: предварительное бронирование, встреча и сопровождение, ускоренное прохождение формальностей, трансфер к/от воздушного судна. Особенность этого компонента – высокая степень индивидуализации. Как отмечает Т. Флоурис, эффективность определяется «способностью адаптироваться к индивидуальным потребностям клиента» [6].

Сервисный компонент формирует ценностное предложение для премиального сегмента. В современных условиях уникальность и персонализация становятся ключевыми факторами дифференциации.

Портфель услуг VIP-обслуживания формируется с учетом потребностей целевой аудитории и возможностей аэропорта. Выделяют три модели:

Таблица 1

Структура системы VIP-обслуживания в аэропортах

Компонент	Ключевые элементы	Функциональное назначение	Критерии эффективности
Инфраструктурный	VIP-терминал/ VIP-зал Отдельные зоны регистрации Приватные комнаты отдыха Бизнес-центр Конференц-залы Премиальный интерьер	Создание физической среды для предоставления эксклюзивных услуг, обеспечение приватности и комфорта	Функциональность пространства Эстетическое совершенство Техническая оснащенность Доступность и удобство расположения
Процессный	Предварительное бронирование Встреча и сопровождение Ускоренное прохождение формальностей Организация комфортного ожидания Трансфер к/от воздушного судна Координация с авиакомпанией	Обеспечение бесшовного клиентского опыта, минимизация времени ожидания, индивидуализация обслуживания	Скорость обслуживания Точность выполнения операций Гибкость и адаптивность Информационное сопровождение
Сервисный	Основные услуги (регистрация, оформление багажа) Премиальное питание и напитки Консьерж-сервис	Формирование комплексного сервисного предложения, удовлетворяющего потребности премиального сегмента	Ассортимент услуг Уровень персонализации Соответствие ожиданиям Уникальность предложения

Окончание табл. 1

Компонент	Ключевые элементы	Функциональное назначение	Критерии эффективности
	Дополнительные услуги (шопинг, аренда авто) Услуги бизнес-центра Персонализированный сервис		Конкурентоспособность
Кадровый	Персональные ассистенты (VIP-агенты) Административный персонал Сервисный персонал Технический персонал	Обеспечение высококачественного обслуживания, создание позитивного эмоционального опыта	Профессиональные компетенции Коммуникативные навыки Мотивация и вовлеченность Навыки решения проблем Знание иностранных языков
Управленческий	Стандарты сервиса CRM-системы Система контроля качества Маркетинг премиальных услуг Партнерские программы Цифровые платформы	Обеспечение эффективного функционирования и развития системы VIP-обслуживания	Удовлетворенность клиентов Экономическая эффективность Конкурентоспособность Инновационность Устойчивость развития

1. Базовая модель – минимальный набор услуг для региональных аэропортов;

2. Комплексная модель – широкий спектр услуг для международных аэропортов;

3. Специализированная модель – фокус на определенном сегменте VIP-пассажиров.

В табл. 2 представлена сравнительная характеристика типовых пакетов VIP-услуг в международных аэропортах.

Как видно из представленной таблицы, диапазон услуг значительно варьируется в зависимости от уровня пакета, при этом все пакеты обеспечивают ускоренное прохождение предполетных формальностей и доступ в комфортные зоны ожидания. Премиальные и индивидуальные пакеты дополнительно предоставляют персональное сопровождение, приватные пространства и широкий спектр дополнительных сервисов, выходящих за рамки стандартного аэропортового обслуживания.

Важным аспектом формирования портфеля VIP-услуг является ценовая политика, которая должна учитывать как стоимость предоставления услуг, так и их субъективную ценность для целевой аудитории. По мнению В.А. Гафиатуллина, «в сегменте премиальных авиационных услуг цена является не столько ограничивающим фактором, сколько индикатором эксклюзивности и качества, поэтому ключевое значение приобретает соответствие цены уровню сервиса и создаваемой ценности для клиента» [2].

Кадровый компонент, как показано в табл. 1, играет критическую роль в обеспечении высококачественного обслуживания и создании позитивного эмоционального опыта для VIP-пассажиров. Ключевые категории персонала – персональные ассистенты, административный персонал, сервисный персонал и технический персонал – должны соответствовать высоким требованиям к профессиональным компетенциям, коммуникативным навыкам, мотивации и вовлеченности, навыкам решения проблем и знанию иностранных языков.

Особые требования предъявляются к персональным ассистентам, которые являются ключевым звеном в системе VIP-обслуживания и непосредственно формируют впечатление пассажира о качестве сервиса. Персональные ассистенты должны обладать не только профессиональными компетенциями в области авиационного сервиса, но и развитыми коммуникативными навыками, эмоциональным интеллектом, способностью к принятию самостоятельных решений в нестандартных ситуациях, знанием иностранных языков и культурных особенностей различных стран.

Управленческий компонент, представленный в табл. 1, включает инструменты и системы, обеспечивающие эффективное функционирование и развитие системы VIP-обслуживания. Критериями

Таблица 2

Сравнительная характеристика типовых пакетов VIP-услуг в международных аэропортах

Услуга	Базовый пакет	Стандартный пакет	Премиум пакет	Индивидуальный пакет
Отдельный вход в терминал	–	+	+	+
Индивидуальная регистрация	+	+	+	+
Приоритетная обработка багажа	–	+	+	+
Ускоренное прохождение контроля	+	+	+	+
Доступ в бизнес/VIP-зал	+	+	+	+
Персональный ассистент	–	–	+	+
Трансфер к/от воздушного судна	–	+	+	+
Отдельная комната отдыха	–	–	+	+
Услуги бизнес-центра	–	+	+	+
Питание и напитки	Базовое	Расширенное	Премиальное	Индивидуальное
Услуги консьержа	–	–	+	+
Шопинг-сервис	–	–	+	+
Визовая поддержка	–	–	–	+
Трансфер от/до города	–	–	+	+
Аренда конференц-зала	–	–	+	+
Стоимость (в условных единицах)	100–200	200–500	500–1000	От 1000

эффективности данного компонента являются удовлетворенность клиентов, экономическая эффективность, конкурентоспособность, инновационность и устойчивость развития. В зависимости от масштаба аэропорта и объема VIP-пассажиропотока управление данным сегментом может быть организовано по различным моделям:

1. Интегрированная модель – VIP-обслуживание осуществляется структурным подразделением аэропорта, интегрированным в общую организационную структуру. Данная модель типична для небольших и средних аэропортов с ограниченным объемом премиальных услуг;

2. Автономная модель – VIP-обслуживание выделено в отдельное бизнес-направление с высокой степенью организационной и финансовой самостоятельности. Такая модель характерна для крупных международных аэропортов с диверсифицированным портфелем премиальных услуг;

3. Аутсорсинговая модель – VIP-обслуживание осуществляется специализированной компанией на основе договора с аэропортом. Данная модель позволяет привлечь экспертизу в области премиального сервиса и оптимизировать расходы аэропорта.

В условиях растущей конкуренции на рынке авиационных услуг и повышения требований премиального сегмента пассажиров к качеству обслуживания особую важность приобретает инновационный подход к организации VIP-сервиса. Инновации в данной сфере связаны не только с внедрением новых технологических решений, но и с трансформацией бизнес-процессов, развитием новых форматов взаимодействия с клиентами, формированием уникальных ценностных предложений.

В заключение необходимо отметить, что принципы организации VIP-обслуживания в аэропортах должны основываться на глубоком понимании потребностей и ожиданий целевой аудитории, тщательном анализе рыночных тенденций и конкурентной среды, а также учете специфики конкретного аэропорта и региона его базирования. Успешная реализация проектов создания систем VIP-обслуживания в региональных аэропортах Российской Федерации требует комплексного подхода, объединяющего международный опыт и лучшие практики с инновационными решениями, адаптированными к локальным условиям и потребностям отечественного рынка авиационных услуг.

Список источников

1. Артамонов Б.В. Маркетинг как концепция современного бизнеса: учеб. пособие. М.: МГТУ ГА, 2011. 88 с.

2. Гафиатуллин В.А., Мулюков Р.С. Инструменты проектного управления инновационным развитием комплекса предприятий авиастроения // Вестник ГУУ. 2016. № 3. С. 80–86.

3. Неждана О.А. Авиатранспортный маркетинг: Экономическая эффективность функционирования аэропорта: учеб. пособие. Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2020. URL: https://repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-izdaniya/Aviatransportnyi-marketing-Ekonomicheskaya-effektivnost-funkcionirovaniya-aeroporta-ucheb-posobie-Tekst-elektronnyi-67983 (дата обращения: 07.03.2025).

4. Синицкий А.В. Аэропорты диверсифицируют услуги // Авиатранспортное обозрение. 2005. № 47. С. 30–35.

5. De Neufville R., Odoni A. Airport systems: planning, design, and management. New York: McGraw-Hill, 2003. 883 p.

6. Flouris T.G., Lock D. Aviation project management. London: Routledge, 2016. 280 p.

7. Gottlielf J., Seiden J. Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams. 2nd ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2018. 208 p.

8. Wittmer A.T. Marketing in Aviation Systems. St. Gallen: Center for Aviation Competence University of St. Gallen, 2015. 218 p.

УДК 338.48

Устойчивое развитие туризма в России в современных условиях

М.А. Гвоздева[1], В.А. Баринова[2]
[1, 2]Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия

Аннотация. После ограничения авиасообщений с «недружественными» странами (после событий 2022 г.) и существенным ростом стоимости

© Гвоздева М.А., Баринова В.А., 2025

Данная статья подготовлена в рамках государственного задания РАНХиГС.

авиаперелетов в России значительно вырос внутренний туристский поток. С одной стороны, это приводит к росту доходов от туристской деятельности. Однако, с другой стороны, создает дополнительную нагрузку на инфраструктуру и оказывает негативное влияние на окружающую среду. Поэтому очень важно обеспечить устойчивое развитие туризма, в рамках которого соблюдаются интересы всех заинтересованных сторон – туристов, жителей населенных пунктов, являющихся туристскими центрами, турфирм, властей и др.
Ключевые слова: устойчивое развитие туризма, туризм, экология, государственная политика

Sustainable development of tourism in Russia in modern conditions

M.A. Gvozdeva[1], V.A. Barinova
[1]Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

Abstract. After the restriction of air traffic with "unfriendly" countries (after the events of 2022) and a significant increase in the cost of air travel in Russia, the domestic tourist flow has grown significantly. On the one hand, this leads to an increase in income from tourism. However, on the other hand, it creates an additional burden on the infrastructure and has a negative impact on the environment. Therefore, it is very important to ensure sustainable development of tourism, within the framework of which the interests of all stakeholders are respected – tourists, residents of settlements that are tourist centers, travel agencies, authorities, etc.
Keywords: sustainable development of tourism, tourism, ecology, public policy

Туризм рассматривается на международном и национальном уровнях как один из самых перспективных и динамично развивающихся секторов экономики. На протяжении последних 20 лет (за исключением периода пандемии) темпы роста туризма превышали темпы роста мировой экономики [10]. Ожидается, что в течение пяти ближайших лет туризм будет вносить 3,6% в глобальную валовую добавленную стоимость, что больше даже показателей IT-сектора (3,4%) и сектора финансовых услуг (2,6%) [9].

В академических кругах появились теория экономического роста, обусловленного туризмом (TLEG), и теория роста, обусловленная экспортом на основе туризма (ELG). Согласно этим теориям развитие туризма стимулирует экономический рост за счет увели-

чения инвестиций, повышения потребления на фоне роста доходов населения, занятого в туризме и др. Однако если туристский поток превышает пропускную способность направления, то возникают негативные социально-экономические последствия, а также наносится ущерб окружающей среде.

Поэтому встал вопрос об обеспечении устойчивого развития туризма, т.е. формирование баланса в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, а также принятие во внимание при разработке государственной политики интересов всех заинтересованных сторон – туристов, жителей населенных пунктов, являющихся туристическими центрами, турфирм, властей и др.

Согласно Всемирной туристской организации под устойчивым туризмом понимается «туризм, в полной мере обеспечивающий учет его нынешних и будущих экономических, социальных и экологических последствий при удовлетворении потребностей туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин». В Повестке дня в сфере устойчивого развития на период до 2030 года предусмотрена задача 8.9, в рамках которой предусмотрены разработка и осуществление стратегий «поощрения устойчивого туризма, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции». Помимо этого, в задаче 12.b указано, что необходимо «разрабатывать и внедрять инструменты мониторинга влияния, оказываемого на устойчивое развитие устойчивым туризмом, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции» [1].

В России после событий 2022 года существенно ухудшились условия для выездного туризма, в том числе были наложены ограничения на прямое авиасообщение между РФ и рядом «недружественных» стран, значительно выросли цены на авиабилеты и др. Сокращение внешнего туристского потока сопровождается неконтролируемым ростом внутреннего туризма, что влечет за собой формирование ряда рисков, в том числе в сфере экологии. По оценкам Российского союза туриндустрии, по итогам 2024 года количество внутренних туристских поездок составило 96 млн, что на четверть больше показателя 2023 года.

Увеличение внутреннего туристского потока, с одной стороны, стимулирует развитие территорий, являющихся туристскими центрами, однако, с другой стороны, влечет за собой формирование ряда рисков, в том числе в сфере экологии.

Для того чтобы разрабатывать государственную программу в сфере развития устойчивого туризма, необходимо производить оценку воздействия на окружающую среду, чтобы выявить экологические риски и определить возможные меры по их предотвращению.

Результаты исследования Gössling и Peeters [3] свидетельствуют о том, что туризм является ресурсоемким сектором. Объемы выбросов углекислого газа в зависимости от типа объекта размещения туристов варьируются от 0,1 до 260 кг в сутки. Авторы установили, что к 2050 году на фоне роста туризма выбросы углекислого газа увеличатся на 169%, а площадь используемых в туризме земель – на 189%. В работе Michailidou было установлено, что объем вредного воздействия на окружающую среду в отелях класса люкс в 6–10 раз выше, чем в обычных отелях. Candia и Pirlone [2] выявили, что на долю туризма приходится около 8% от совокупного объема выбросов углерода.

Для анализа вредного воздействия туризма на окружающую среду применяют разные инструменты – полевые исследования, пространственный анализ, долгосрочный мониторинг состояния окружающей среды и т.п.

Для количественной оценки воздействия туризма на окружающую среду применяют метод экологического следа, метод вспомогательного счета, подход оценки жизненного цикла, метод нечетких множеств и др. Например, в работе [7] используется метод оценки экологического следа туризма. Анализируются выбросы CO2, влияние туризма на пастбища, леса, пахотные земли и др.

В работе [4] используется метод вспомогательного счета, в рамках которого рассчитывается объем выбросов парниковых газов и бытовых отходов на единицу валовой добавленной стоимости туристской сферы. Данный подход позволяет сравнивать экологические последствия разных типов туризма. Авторы пришли к выводу, что объем выбросов, осуществляемый иностранными туристами, на единицу валовой добавленной стоимости ниже по сравнению с показателем внутренних туристов. Объясняется это тем, что наибольший вклад в загрязнение окружающей среды вносит транспорт, на котором передвигаются туристы, а иностранные туристы преимущественно передвигаются на общественном транспорте, а не на личном.

Авторы работы [8] оценили объем выбросов CO2 на единицу валовой добавленной стоимости для туристского сектора Швейцарии. Результаты исследования свидетельствуют о том, что интенсив-

ность выбросов CO2 в туристской сфере в четыре раза выше, чем в среднем по экономике Швейцарии. Также было установлено, что воздушный транспорт генерирует большую часть выбросов (80%).

Используя аналогичный подход, авторы [11] оценили объем потребления энергии и объем выбросов CO2 туристским сектором в Китае. Ученые выявили, что в 2010 году объем выбросов CO2 туристским сектором составил 51,34 млн тонн, что менее 1% от общего объема выбросов. Между тем, авторы исследования Хуан и Тан [12] выявили, что в китайской провинции Хэйлунцзян общий объем выбросов CO2, осуществляемый туристским сектором, увеличился с 5,93 Мт в 2009 году до 21,13 Мт в 2018 году.

Еще одним методом оценки вредного воздействия туризма на окружающую среду является подход оценки жизненного цикла. В рамках данного подхода используется специализируемое программное обеспечение SimaPro, которое позволяет оценить количественно объемы выбросов и отходов, формируемые туристами на каждой стадии путешествия. Сложность применения данного метода обусловлена отсутствием необходимых данных.

В некоторых работах экологический след туризма анализируется на основе гипотезы экологической кривой Кузнеца, которая предполагает, что по мере роста дохода сначала происходит ухудшение экологической ситуации, а затем, после достижения определенного уровня дохода, начинается улучшение состояния окружающей среды. Используя данный подход, авторы исследования [7] выявили, что в Азербайджане увеличение международных туристских доходов на 1% приводит к увеличению экологического следа на 0,19%; потребление энергии увеличивает экологический след на 0,55%. Также авторы пришли к выводу, что взаимосвязь между экологическим следом и международными туристскими доходами не подтверждает гипотезу экологической кривой Кузнеца в случае Азербайджана.

Автор другой работы [6] в рамках гипотезы экологической кривой Кузнеца оценивали влияние развития туризма в Сингапуре на выбросы CO2 в период с 1971 по 2010 год. В результате анализа было выявлено, что влияние роста туристских прибытий на выбросы CO2 является отрицательным и статистически значимым как в долгосрочном, так и краткосрочном периодах. При увеличении туристского потока на 1% объем выбросов CO2 снижается на 1,374%. Авторы приходят к выводу, что развитие туризма может быть связано со снижением углеродных выбросов через повышение потребления энергии и реального дохода.

Katircioglu [5] также изучал долгосрочное влияние туризма на выбросы CO2 в Турции. Результаты анализы показали, что рост туризма в Турции сопровождается увеличением потребления энергии и объемами выбросов углекислого газа.

Jones и Munday в своей работе [4] для оценки влияния развития туризма на окружающую среду Уэльса использовали туристские спутниковые счета (TSA) и систему «ввода-вывода». В результате было выявлено, что общий объем выбросов CO2, связанных с потреблением всех туристов Уэльса, составил 1,46 млн тонн, при этом на каждый 1 млн фунтов добавленной стоимости туризма приходится около 447 тонн выбросов углерода и 302 тонны отходов.

Указанные выше исследования подтверждают негативное влияние развития туризма на окружающую среду. Поэтому при разработке государственной программы по стимулированию развития туризма необходимо учитывать экологические риски.

В России важность туризма признается на федеральном и региональном уровнях. Так, например, Президент РФ В.В. Путин поручил:

- увеличить долю туристской отрасли в валовом внутреннем продукте (ВВП) до 5% к 2030 году (на данный момент около 2,5%);
- увеличить количество поездок по стране с размещением в гостиницах – до 140 млн человек;
- увеличить к 2030 году объем экспорта туристских услуг в три раза по сравнению с уровнем 2023 года.

Наряду с этим реализуются различные программы:

- национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», реализуемый с 2021 года (продлен до 2030 года), в состав которого входят пять федеральных проектов, в том числе по созданию номерного фонда и инфраструктуры, подготовке кадров и производству отечественной продукции для туротрасли. В национальном проекте предусмотрены меры поддержки и определен перечень приоритетов развития отрасли;
- стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года, утвержденная в 2019 году, в рамках которой запланировано развитие нескольких направлений туризма внутри государства, а именно детского туризма, культурно-познавательного туризма, горнолыжного туризма, круизного туризма, экологического туризма и делового туризма.

Практически каждый регион также имеет свои стратегии развития туризма, однако они направлены в большинстве случаев на уве-

личение туристского потока и не учитывают возникающие на фоне этого риски.

Для обеспечения устойчивого развития туризма в России региональные стратегии развития туристской сферы должны формироваться с учетом принципов устойчивости. Наряду с этим, устойчивое развитие должно быть основой повышения экономической эффективности туристского сегмента. Инвестиционные проекты в сфере туризма должны отбираться с учетом принципов устойчивости.

Необходимо повышать уровень осведомленности всех участников туриндустрии о преимуществах обеспечения устойчивого развития туризма.

В сложившихся условиях государственная политика в сфере развития туризма должна быть направлена на обеспечение устойчивого развития туристской сферы, в том числе оптимального использования ресурсов окружающей среды, поддержки социально-культурных особенностей принимающих сообществ, жизнеспособности долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных лиц. Наряду с этим государственная политика должна быть направлена на формирование баланса в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, а также учитывать интересы всех заинтересованных сторон – туристов, жителей населенных пунктов, являющихся туристскими центрами, турфирм, властей и др.

Список источников

1. Устойчивое развитие. ООН. URL: https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism (дата обращения: 10.03.2025).

2. Candia S., Pirlone F. Tourism Environmental Impacts Assessment to Guide Public Authorities towards Sustainable Choices for the Post-COVID Era // Sustainability. 2022. Vol. 14(1). P. 18.

3. Gössling S., Peeters P. Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050 // Journal of Sustainable Tourism. 2015. Vol. 23 (5). P. 639–659.

4. Jones C., Munday M. Exploring the environmental consequences of tourism: A satellite account approach // J. Travel Res. 2007. Vol. 46. P. 164–172.

5. Katircioglu S. International tourism, energy consumption, and environmental pollution: The case of Turkey // Renewable and Sustainable Energy Reviews. Elsevier. 2014b. Vol. 36(C). P. 180–187.

6. Katircioglu S. Testing the tourism-induced EKC hypothesis: The case of Singapore // Economic Modelling. Elsevier. 2014a. Vol. 41(C). P. 383–391.

7. Mikayilov J., Mukhtarov S., Mammadov J., Azizov M. Re-evaluating the environmental impacts of tourism: does EKC exist? // Environmental Science and Pollution Research. 2019. Vol. 26, No. P. 19389–19402, .

8. Perch-Nielsen S. The vulnerability of beach tourism to climate change – an index approach // Climatic Change. 2010. Vol. 100. P. 579–606.

9. Travel and Tourism: The Fastest-Growing Sector in the Global Economy, 2024. URL: https://www.statista.com/chart/33470/global-gross-value-added-by-sector/ (дата обращения: 10.03.2025).

10. Travel&Tourism. Global Economic Impact&Trends, 2019.

11. Wu T., Wu H. The causal nexus between international tourism and economic development // Tourism Analysis. 2018b. Vol. 23(1). P. 17–29.

12. Zuo B., Huang S. Revisiting the tourism-led economic growth hypothesis: The case of China // Journal of Travel Research. 2018. Vol. 57(2). P. 151–163.

УДК 640.4:338.486

Важная роль индустрии гостеприимства в способствовании роста устойчивого туризма в Западной Бенгалии: проблемы и способы их преодоления в постковидный период

Джаянта Гхош
Институт гостиничного менеджмента Гуру Нанак (GNIHM),
Калькутта, Индия

Фокус исследования: Исследование сосредоточено на оценке роли индустрии гостеприимства в продвижении устойчивого туризма в Западной Бенгалии после пандемии COVID-19. В нем выявляются вызванные пандемией проблемы и рассматриваются различные стратегии, такие как экологичные практики, цифровые решения и вовлечение местных сообществ, направленные на обеспечение устойчивого роста. Цель – предоставить рекомендации и аналитические выводы для формирования устойчивого туристского сектора.

© Джаянта Гхош, 2025

Аннотация: В данном исследовании рассматривается ключевая роль индустрии гостеприимства в содействии устойчивому росту туризма в Западной Бенгалии, особенно в условиях постпандемийного восстановления после COVID-19. Работа восполняет важный пробел в понимании того, как пандемия изменила подход отрасли к устойчивому развитию, и выявляет проблемы, с которыми сталкиваются участники в процессе этого перехода. С учетом значительных изменений, происходящих в глобальной туристской индустрии, целью исследования является освещение стратегий, способствующих устойчивому развитию региона, обладающего богатым природным и культурным наследием.

Был использован смешанный метод исследования, сочетающий количественные опросы и качественные интервью с ключевыми заинтересованными сторонами в сфере гостеприимства, включая управляющих гостиницами, представителей местных органов власти и туристов. Данные собирались из различных источников, включая отраслевые отчеты, научную литературу и полевые наблюдения. Анализ был направлен на выявление основных проблем и возможных стратегий их преодоления, особенно тех, которые были усугублены пандемией.

Исследование показало, что индустрия гостеприимства в Западной Бенгалии сталкивается с серьезными вызовами, такими как снижение туристского потока, финансовая нестабильность и необходимость усиления санитарно-гигиенических мер. Тем не менее, были также выявлены перспективные направления для продвижения устойчивого туризма, включая использование цифровых технологий, развитие экологически безопасных практик и вовлечение местных сообществ. Результаты указывают на то, что для обеспечения устойчивого роста необходим комплексный подход с участием всех заинтересованных сторон.

Исследование приходит к выводу, что индустрия гостеприимства может сыграть решающую роль в устойчивом развитии туризма в Западной Бенгалии за счет внедрения инновационных и жизнеспособных стратегий. К ним относятся продвижение экотуризма, инвестиции в устойчивую инфраструктуру и активизация участия местных сообществ. Более широкие выводы исследования подчеркивают необходимость введения политических мер и постоянного взаимодействия заинтересованных сторон для формирования устойчивого и гибкого туристского сектора. В будущем исследования должны быть направлены на изучение долгосрочных последствий и эффективности реализуемых стратегий устойчивого роста в постпандемийный период.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, устойчивость, туризм, Западная Бенгалия, сложности

Important role of the Hospitality Industry in driving sustainable tourism growth in West Bengal: Challenges and possible ways to overcome it, post-COVID-19 pandemic

Jayanta Ghosh
Guru Nanak Institute of Hotel Management (GNIHM), Kolkata, India

Research Focus: The research focuses on assessing the hospitality industry's role in promoting sustainable tourism in West bengal Bengal post-COVID-19. It identifies pandemic-induced challenges and explores strategies such as eco-friendly practices, digital solutions, and community engagement to drive sustainable growth, aiming to provide insights and recommendations for a resilient tourism sector.

Abstract: This study investigates the pivotal role of the hospitality industry in promoting sustainable tourism growth in West Bengal, particularly in the aftermath of the COVID-19 pandemic. The research addresses a critical gap in understanding how the pandemic has reshaped the industry's approach to sustainability and identifies the challenges faced in this transition. With the global tourism industry undergoing significant changes, this study aims to highlight the strategies that can drive sustainable development in this region, which is rich in natural and cultural heritage.

A mixed-methods approach was employed, combining quantitative surveys and qualitative interviews with key stakeholders in the hospitality sector, including hotel managers, local government officials, and tourists. Data was collected from various sources, including industry reports, academic literature, and field observations. The analysis focused on identifying the major challenges and potential strategies for overcoming them, particularly those exacerbated by the pandemic.

The study found that the hospitality industry in West Bengal faces significant challenges such as reduced tourist footfall, financial instability, and the need for enhanced health and safety measures. However, it also identified several opportunities for promoting sustainable tourism, such as leveraging digital technologies, developing eco-friendly practices, and fostering community engagement. The findings suggest that a collaborative approach involving all stakeholders is essential for driving sustainable growth.

The research concludes that the hospitality industry can play a crucial role in sustainable tourism growth in West Bengal by adopting innovative and resilient strategies. These include promoting eco-tourism, investing in sustainable infrastructure, and enhancing local community involvement. The study's broader

implications emphasize the need for policy interventions and continuous stakeholder collaboration to ensure a sustainable and resilient tourism sector. Future research should focus on long-term impacts and the effectiveness of implemented strategies in driving sustainable growth post-pandemic.
Keywords: hospitality industry, sustainable tourism, West Bengal, challenges

Abstract

This paper investigates the multifaceted dimensions of sustainable tourism development in West Bengal, India, with a particular focus on the pivotal role played by stakeholders within the hospitality industry. Recognizing the growing significance of sustainable practices in the tourism sector, this research employs an integrated approach that combines environmental, social, and economic perspectives to assess the current state and potential avenues for sustainable tourism in the region.

The study begins with an in-depth analysis of the existing tourism landscape in West Bengal, identifying key challenges and opportunities for sustainable development. It adopts a comprehensive framework that considers the diverse stakeholders involved, ranging from government bodies and local communities to private enterprises within the hospitality sector. This study seeks to provide a detailed picture of the complex web of interactions that is determining the future of tourism in the area by including the views of a wide range of interested parties.

A critical aspect of this investigation is the examination of the hospitality industry's role in fostering sustainable tourism. The paper evaluates the current practices, policies, and attitudes of hospitality stakeholders toward sustainability, exploring their impact on environmental conservation, social inclusion, and economic viability. Additionally, the study delves into the challenges faced by stakeholders in aligning their business objectives with sustainability goals, offering insights into potential strategies for overcoming these obstacles.

In addition, the study uses a mixed-methods strategy, conducting case studies, questionnaires, and qualitative interviews to collect diverse and rich data from stakeholders throughout the tourist value chain. Not only will the results be useful for academics, but they will also educate politicians, companies, and communities on how to make West Bengal's tourist industry more sustainable.

Ultimately, this paper aspires to offer a holistic understanding of the integrated approach needed for sustainable tourism development in West Bengal, shedding light on the crucial role that stakeholder within the hospitality industry play in shaping the future of tourism in the region.

Introduction

In today's world, tourism growth is depending on sustainability. The same applies in India and in West Bengal also. Without suitability in tourism, proper growth is not possible. If we say about sustainable tourism, then the responsibilities would include – 1. Being careful with the planet's ecosystems, its resources, and its animals. 2. Communities residing in tourist locations should experience socio-economic advantages as a result of sustainable tourism. 3. It has to preserve cultural assets and provide genuine experiences for tourists. 4 It need to unite locals and visitors for the benefit of both. 5. Furthermore, it is its duty to make accessible and inclusive tourism possibilities a reality.

There are seventeen objectives for both humans and the earth in the SDGs. All 193 member states of the United Nations ratified the 17 Sustainable Development Goals in 2015 as part of the 2030 Agenda for Sustainable Development, a 15-year blueprint for their realisation. The following are included:

A. There is no poverty. Zero Hunger (B) C. Physical and mental health, D. Education of high quality, Chapter E. Gender Parity, F. Hygienic drinking water and toilets, G. Clean and inexpensive energy, H. Fair employment and rising living standards, Section I: Business, New Ideas, and Infrastructural Developments J. Less Deprivation, L. Consumption and production with integrity, and K. Community and city sustainability. Environmental protection, N. Marine Life, The land life, No war, fair treatment of all people, and solid government A. Cooperation towards the objective.

While some areas are making headway, the global effort to achieve the Goals is still falling short of expectations. Initiation of a robust and ambitious effort to achieve the Goals by 2030 must occur in 2022.

But, to make this sustainability in the tourism industry successful, we need a huge propagation about it among the people in the tourist destinations. Otherwise, holistic growth is not possible. Several organizations are currently involved in the tourism sector like hotels, resorts, restaurants, catering establishments, tour aggregators, homestay owners, etc. These organizations are also catering to the hospitality industry and especially tourism destinations. All the organization is striving their level best to cater to the tourists in different areas. All the organizations are doing marketing for their room sales, and restaurant sales, and also operating as tour guides to help the tourists. All the organizations are spending money to generate revenues through their businesses. They are also propagating about tourist destinations, trying to attract wanderlusts so that they can pay a visit there. But is it enough for the sustainability

of the tourism industry? Is this creating good for the local community? Is this developing the life of the wild life? Are our natural resources and the environment being protected? Do locals in popular tourist spots get any societal or economic advantages as a result?

So, My research will be all about how the hospitality industry, food aggregators, and tour aggregators contribute to getting sustainability in tourism destinations. To fill the gap so that the hospitality industry can engage themselves for sustainability in tourism destinations. In my opinion, fulfilling this gap is more important after the Covid-19 pandemic as the hospitality industry was shattered during the Covid-19 pandemic.

Human Capital in West Bengal

There were 8.02 billion people living in West Bengal in the 2001 census, but by 2011 that number had risen to 9.13 billion. There are 91,276,115 people living in West Bengal as of the 2011 census. Of this total, 44,467,088 are female and 46,809,027 are male. Males numbered 41,465,985 and females 38,710,212 out of a total population of 80,176,197 in 2001. This decade had a total population increase of 13.84 percent, lower than the 17.84 percent rise seen in the preceding decade. In 2011, 7.54 percent of India's population lived in West Bengal. The figure was at 7.79 percent in 2001. Literacy rate in West Bengal has seen upward trend and is 76.26 percent as per 2011 population census. Out of that, 81.69 percent of men and 66.57 percent of women are literate. West Bengal had a literacy rate of 68.64% in 2001, with 77.02% of males and 59.51% of females being literate. The real number of literate people in West Bengal is 61,538,281. Out of this total, 33,818,810 were male and 27,719,471 were female. In comparison to the rest of the country, West Bengal has a densities of 1,028 per square kilometre, which is much higher. There were 903 people per square kilometre in West Bengal in 2001, compared to 324 people per square kilometre nationally. The state of West Bengal has a lower sex ratio than the rest of the country, with 950 females for every 1000 males (as of the 2011 census). The West Bengal sex ratio in 2001 was 934 females for 1000 men.

Literature Review

1. Sustainable Tourism Development: The literature on sustainable tourism development emphasizes the need for a holistic approach that considers environmental, socio-cultural, and economic aspects. Scholars such as Butler (1999) and Gössling et al. (2006) argue that sustainability in tourism involves balancing the interests of tourists, host communities, and the environment. The concept encompasses responsible resource

management, community engagement, and the preservation of cultural heritage.

2. Key Concepts, Theories, and Models: Concepts like carrying capacity (Cifuentes- Faura et al., 2018) and the triple bottom line (Elkington, 1997) are essential in understanding sustainable tourism. Carrying capacity establishes limits to tourism growth to prevent negative impacts, while the triple bottom line framework considers economic, social, and environmental dimensions for sustainable development.

3. Stakeholders in the Hospitality Industry: Stakeholders in the hospitality industry play a crucial role in shaping sustainable tourism. A key finding of the study by Bramwell and Altenburg (2009) is the significance of public, private, and community participation in tourist planning and decision-making. According to the stakeholder theory (Freeman, 1984), which states that different stakeholders' interests are closely related to an organization's performance, this makes sense.

4. Stakeholders' Role in Sustainable Tourism: Studies by Gursoy et al. (2017) and Jamal and Getz (1995) highlight the influence of stakeholders, particularly local communities and businesses, in achieving sustainability goals. The active involvement and empowerment of local communities contribute to the long-term success of tourism initiatives.

The importance of collaboration and communication among stakeholders is emphasized by various scholars (Buckley, 2012; Dredge, 2017), emphasizing the need for a collective effort to address sustainability challenges.

5. Challenges and Opportunities in Stakeholder Engagement: While stakeholder involvement is critical, challenges such as power imbalances, conflicting interests, and lack of awareness may hinder effective collaboration (Leung et al., 2019). Addressing these challenges and leveraging opportunities, as outlined by Scheyvens and Biddulph (2018), can lead to more sustainable tourism outcomes.

In conclusion, the existing literature on sustainable tourism development provides a foundation for understanding the complexities of achieving sustainability in the hospitality industry. Recognizing the interdependence of stakeholders and their roles in planning and decision-making processes is pivotal. The proposed study in West Bengal aims to contribute to this body of knowledge by investigating the integrated approach for sustainable tourism development, specifically focusing on the role of stakeholders in the hospitality industry.

Methodology

Research Design:

This study uses a mixed-methods research strategy to examine the stakeholders' roles in the hospitality sector as part of an integrated approach to sustainable tourism development in West Bengal, India. For a more complete picture of the interplay between all parties involved, an integrated strategy combines qualitative and quantitative approaches.

Data Collection Methods:

Qualitative Interviews:

In-depth qualitative interviews will be conducted with key stakeholders in the hospitality industry, including local communities, government officials, hoteliers, tour operators, and environmental experts. These interviews aim to gather insights into perceptions, attitudes, and experiences related to sustainable tourism development. In order to encourage free-flowing responses from participants, we will be using open-ended questions.

Surveys:

Structured surveys will be distributed among a diverse sample of tourists, hospitality professionals, and local residents. The surveys will include both closed-ended and Likert scale questions to quantify perceptions and opinions on sustainable tourism practices. This quantitative data will help identify trends and patterns in stakeholder perspectives.

Case Studies:

In-depth case studies will be conducted on selected tourism destinations within West Bengal, representing a variety of geographical locations and tourism offerings. These case studies will provide a detailed understanding of the implementation of sustainable practices in the hospitality industry, highlighting successful strategies and potential challenges.

Justification of Methods:

Qualitative Interviews:

Qualitative interviews are chosen to capture the depth and richness of stakeholders' perspectives. The open-ended nature of interviews allows for a detailed exploration of individual experiences, values, and motivations, providing valuable insights into the complexities of stakeholder dynamics.

Surveys:

Surveys offer a quantitative dimension to the study, allowing for the generalization of findings across a larger population. The structured format ensures consistency in data collection, facilitating statistical analysis to identify trends and correlations in stakeholder perceptions.

Case Studies:

Case studies provide an in-depth understanding of specific contexts within West Bengal. By examining successful sustainable tourism initiatives and challenges faced in different locations, the research aims to derive practical insights and recommendations for stakeholders in the hospitality industry.

Limitations:

While the integrated approach enhances the study's comprehensiveness, there are potential limitations. The qualitative data might be subjective, and generalizing findings from case studies to the broader context requires caution. Additionally, the research's scope may be constrained by time and resource limitations, influencing the selection of case study locations and the size of the survey sample.

In conclusion, the chosen methodology aims to provide a holistic understanding of sustainable tourism development in West Bengal, emphasizing the stakeholder dynamics in the hospitality industry. By combining qualitative methods such as interviews, questionnaires, and case studies, this study provides a thorough and detailed examination of the research issues, furthering our understanding of sustainable tourism.

Tourism Landscape in West Bengal

The tourism landscape in West Bengal is marked by a rich cultural heritage, diverse natural attractions, and historical significance. This paper aims to analyze the current status of tourism in West Bengal while identifying key challenges and opportunities for sustainable development.

West Bengal, with its capital Kolkata, serves as a gateway to Eastern India, attracting tourists with its vibrant festivals, artistic expressions, and architectural marvels. The state boasts UNESCO World Heritage Sites like the Sundarbans and Darjeeling Himalayan Railway, making it a potential hotspot for domestic and international tourists. However, the current tourism scenario faces several challenges that hinder its sustainable development.

One significant challenge is the inadequate infrastructure, particularly in remote tourist destinations. Poor connectivity, lack of quality accommodation, and insufficient amenities deter potential visitors. Additionally, issues related to waste management and environmental degradation in popular tourist spots pose a threat to the region's ecological balance.

Political and social unrest in certain areas further contribute to the challenges faced by the tourism sector in West Bengal. These factors can discourage potential tourists, impacting the industry's growth and sustainability.

Nevertheless, amidst these challenges, numerous opportunities exist for fostering sustainable tourism development in West Bengal. The state can capitalize on its cultural richness by promoting heritage tourism, encouraging responsible tourism practices, and preserving historical landmarks. Strengthening infrastructure through public-private partnerships and community involvement can address connectivity and accommodation issues, enhancing the overall tourist experience.

Moreover, leveraging the potential of eco-tourism in the Sundarbans, Digha, Murshidabad and Darjeeling can contribute to both economic growth and environmental conservation. Collaborative efforts between the government, local communities, and private enterprises can play a pivotal role in achieving sustainable development goals in the tourism sector.

Also, five West Bengali commodities have been recognised for the geographical indication (GI) badge, which is great news for the state in 2024. Natural honey from the Sundarbans, Kalo Nunia rice from Jaipaiguri, Garad sarees from Murshidabad, and Tangail sarees from Nadia and east Burdwan all have the label of the Centre's department for

development of industry and internal commerce. Darjeeling tea, Malda's "Laxmon Bhog," and "himsagar mangoes" are just a few of the 22 West Bengali products that have been granted GI tags so far.

The tourism trade has received the status of an industry in West Bengal in 2023. On Wednesday, under the leadership of Chief Minister Mamata Banerjee, the cabinet met and made the crucial decision. This decision will immensely benefit the sector, persons involved in tourism felt. They also said that recognition of this sector before the Bengal Global Business Summit (BGBS) which will boost the sector. Bengal stands third in the in flow of foreign tourists in India. UNESCO has recently awarded the status of global heritage site to Santiniketan.

Following the initiative taken, tourism in the districts is coming up in a very big way. Home stays in both north and south Bengal have become popular and people have started visiting the districts like Jhargram, Bankura, Purulia, West Midnapore in south Bengal where many home stays have come up. In north Bengal, in Darjeeling, Kalimpong, Kurseong home stays have become very popular.

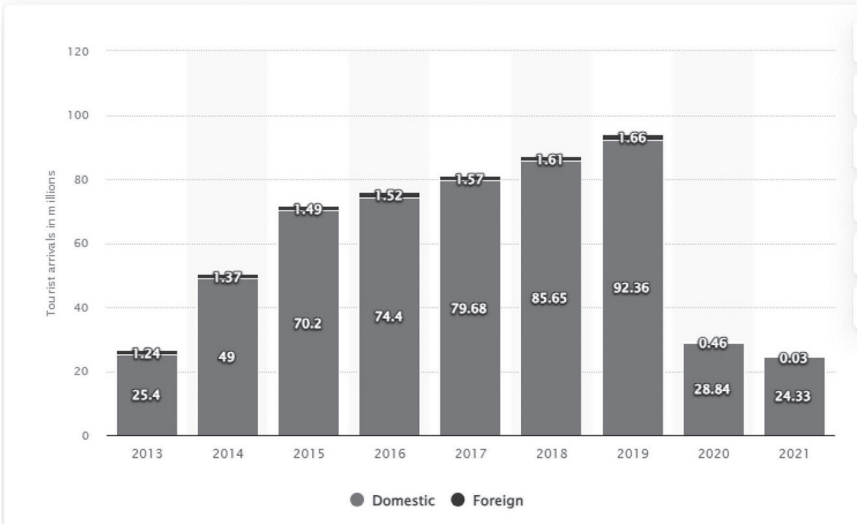
It was recently reported that Kiriteshwari, located in the Murshidabad district of West Bengal, has been chosen as the Best Tourism Village of India by the Ministry of Tourism, Government of India. The Best Tourism Village Competition, 2023 has chosen a winner from 795 entries submitted by 31 different states and territories. The prizes were presented in New Delhi in September by the MoT and the GoI.

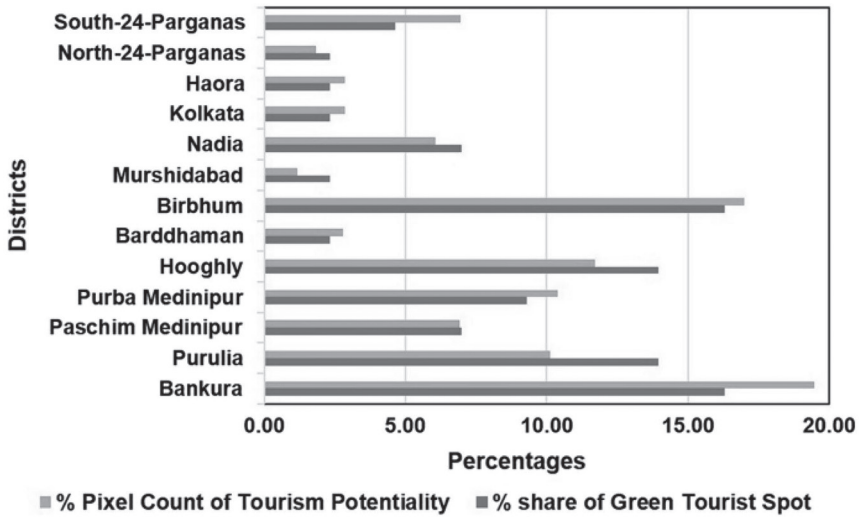
While West Bengal holds immense tourism potential, addressing existing challenges is crucial for ensuring sustainable development. By investing in infrastructure, promoting responsible tourism, and mitigating environmental concerns, West Bengal can transform its tourism landscape, fostering economic growth while preserving its cultural and natural heritage. This paper provides insights into the current state of tourism in West Bengal and offers recommendations for a sustainable and thriving future in the sector.

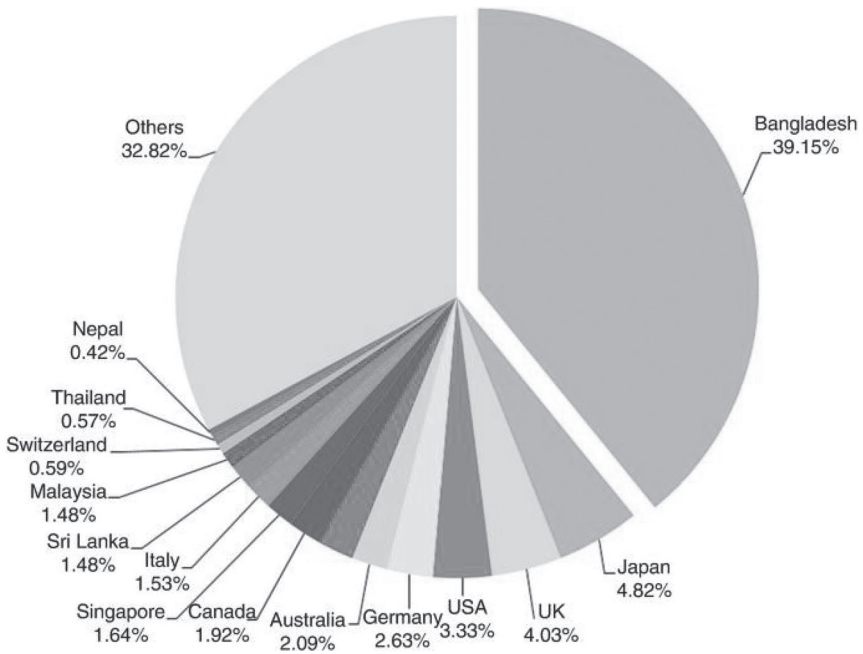
Previously ranked lower than states like Uttar Pradesh and Madhya Pradesh, Bengal is now the third most popular destination for tourists from outside India. The Union Tourism Ministry's Tourism Statistics 2022 reports that 10.4 lakh visitors, or 12.08 percent of the total, visited Bengal that year. Gujarat and Maharashtra are the only two states ahead of Bengal in terms of FTA, with 17.8 lakh and 15.1 lakh FTA, respectively.

Foreign and domestic tourist arrivals across West Bengal

(in millions)




South-24-Parganas
North-24-Parganas
Haora
Kolkata
Nadia
Murshidabad
Birbhum
Barddhaman
Hooghly
Purba Medinipur
Paschim Medinipur
Purulia
Bankura
Districts
0.00
5.00
10.00
15.00
20.00
Percentages
% Pixel Count of Tourism Potentiality
% share of Green Tourist Spot


Others
32.82%
Bangladesh
39.15%
Nepal
0.42%
Thailand
0.57%
Switzerland
0.59%
Malaysia
1.48%
Sri Lanka
1.48%
Italy
1.53%
Singapore
1.64%
Canada
1.92%
Australia
2.09%
Germany
2.63%
USA
3.33%
UK
4.03%
Japan
4.82%

STATE/UT-WISE DOMESTIC AND FOREIGN TOURIST VISITS, 2020-21

		2020		2021		Growth Rate (%)	
S. No.	States/UTs	Domestic	Foreign	Domestic	Foreign	DTV 21/20	FTV 21/20
1	A&N Island	191207	5412	126238	1687	-33.98	-68.83
2	Andhra Pradesh	70828590	67591	93277569	27551	31.69	-59.24
3	Arunachal Pradesh	42871	961	102915	182	140.06	-81.06
4	Assam	1266898	7285	1409161	536	11.23	-92.64
5	Bihar	5638024	308080	2501193	1046	-55.64	-99.66
16	Jharkhand	2574704	490	3383642	1637	31.42	234.08
17	Karnataka	77453339	165325	81333659	72487	5.01	-56.15
18	Kerala	4988972	340755	7537617	60487	51.09	-82.25
19	Lakshdweep	3462	413	13500	4	289.95	-99.03
20	Leh Ladakh	6743	1126	303023	1054	4393.89	-6.39
21	Madhya Pradesh	23519632	99819	25554067	41601	8.65	-58.32
22	Maharashtra*	39234591	1262409	43569238	185643	11.05	-85.29
23	Manipur	49669	3139	49371	648	-0.60	-79.36
24	Meghalaya	24734	2311	154409	411	524.28	-82.22
25	Mizoram	30890	265	87232	234	182.40	-11.70
26	Nagaland	10979	518	23968	325	118.31	-37.26
27	Odisha	4622273	10206	3742221	2269	-19.04	-77.77
28	Puducherry	1114942	92080	1253213	321	12.40	-99.65
29	Punjab	16692197	359114	26640429	308135	59.60	-14.20
30	Rajasthan	15117239	446457	21988734	34806	45.45	-92.20
31	Sikkim	316408	19935	511669	11508	61.71	-42.27
32	Tamil Nadu	140651241	1228323	115336719	57622	-18.00	-95.31
33	Telangana	39997001	46694	32000620	5917	-19.99	-87.33
34	Tripura	127815	31877	177816	5	39.12	-99.98
35	Uttar Pradesh	86122293	890932	109708435	44737	27.39	-94.98
36	Uttarakhand	7005264	41339	19434475	8532	177.43	-79.36
37	West Bengal	28841732	463285	24325984	34828	-15.66	-92.48
	Total	**610216157**	**7171769**	**677632981**	**1054642**	**11.05**	**-85.29**

Activate W
Go to Setting

(i) Market Research Division, Ministry of Tourism, Government of India. (ii) Interim Report, Identification of Tourism Circuits across India: West Bengal, April 2012, Submitted to Ministry of Tourism, Government of India, By IL&FS Infrastructure Development Corporation Ltd (IL&FS IDC), National Level Consultant, Gurgaon, Haryana.

Stakeholder Analysis

The success of sustainable tourism development in West Bengal hinges on a multifaceted stakeholder framework, comprising government bodies, local communities, and private enterprises within the hospitality sector. Understanding the roles, interests, and relationships among these stakeholders is vital for creating an integrated approach that fosters sustainability.

1. *Government Bodies:*

Government bodies play a pivotal role in shaping policies, regulations, and infrastructure development for sustainable tourism. The state government of West Bengal, in collaboration with relevant departments, sets the tone for sustainable practices by establishing guidelines for environmental conservation, cultural preservation, and community engagement. Additionally, government agencies oversee the implementation of these policies, ensuring adherence by stakeholders in the hospitality industry. The active involvement of regulatory bodies fosters an environment conducive to responsible tourism practices.

2. *Local Communities:*

Local communities are intrinsic stakeholders in the sustainable tourism paradigm, as they often bear the direct impacts of tourism activities. Engaging and empowering local communities is imperative for ensuring that tourism benefits are distributed equitably. In the context of West Bengal, communities may act as custodians of cultural heritage and natural resources. Through inclusive decision-making processes, communities can contribute to the preservation of their cultural identity while participating in and benefiting from tourism- related activities. Sustainable tourism development should prioritize initiatives that enhance the socio-economic well-being of local residents, minimizing negative social and cultural impacts.

3. *Private Enterprises in the Hospitality Sector:*

Private enterprises, including hotels, tour operators, and other hospitality businesses, are instrumental stakeholders in achieving sustainability goals. These entities can influence the environmental impact of tourism through eco-friendly practices, energy conservation, and waste management. Collaborative efforts between the government and private enterprises can lead to the development of sustainable tourism infrastructure. Moreover, engaging with local communities in partnerships can contribute to responsible business practices that enhance the overall visitor experience.

Interconnected Relationships:

The relationships among these stakeholders are interconnected and dynamic. Government bodies act as regulators and facilitators, collabo-

rating with private enterprises to implement sustainable practices. Local communities, in turn, contribute to the authenticity of tourism experiences and play a role in preserving cultural and natural assets. Private enterprises, as intermediaries between tourists and local communities, must balance economic objectives with environmental and social responsibilities. These interconnected relationships necessitate effective communication, shared decision-making, and mutual understanding to achieve a harmonious and sustainable tourism ecosystem.

In conclusion, the stakeholder analysis reveals the intricate web of relationships that shape sustainable tourism development in West Bengal. By acknowledging the roles of government bodies, local communities, and private enterprises, and fostering collaboration among these stakeholders, a holistic and integrated approach can be established, ensuring the long-term viability of tourism in the region. This study aims to delve deeper into these dynamics, providing insights for fostering sustainable development in West Bengal's hospitality industry.

Hospitality Industry's Role

If West Bengal is serious about developing sustainable tourism, particularly in Kolkata, the hotel sector must play a pivotal role. This section evaluates the current practices, policies, and attitudes of hospitality stakeholders, exploring their impact on environmental conservation, social inclusion, and economic viability. Additionally, it discusses challenges faced by stakeholders and proposes potential strategies for overcoming them in the West Bengal, Kolkata context.

1. Current Practices, Policies, and Attitudes:

The hospitality stakeholders in West Bengal, particularly in Kolkata, exhibit a spectrum of practices, policies, and attitudes towards sustainability. While some establishments embrace eco-friendly initiatives, community engagement, and cultural preservation, others may prioritize short-term economic gains over long-term environmental and social impacts. The study aims to assess the diversity in approaches, shedding light on best practices and areas requiring improvement.

Various Measures taken from the Government.

An official from the Ministry of Tourism, Shri Uttank Joshi, gave the Swadesh Darshan (SD). Speaking on behalf of the Responsible Tourism Society of India (RTSOI), Mr. Anirudh Chaoji eloquently articulated the importance of responsible tourism and the role that individual tourists may play in driving demand for more environmentally conscious vacations.

United Nations Environment Programme (UNEP) Programme Officer Ms. Manisha Choudhary detailed the organization's current sustainability

efforts. The importance of tourism's foundational commitment to sustainability was highlighted by the speaker. When put into action, sustainable tourism has the potential to bring about synergy and cooperation across institutions, allowing them to work together more effectively. As a platform to discuss how to reimagine tourism in light of current possibilities, it may also restate the importance of environmentally conscious travel in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) set forth in Agenda 2030. The global objective of halving emissions by 2030 and reaching Net Zero as rapidly as feasible before 2050 will have the full backing of the Glasgow Declaration. Within one year of signing up, member governments must begin implementing their climate action plans. The agreement also encourages member nations to publicly report on their progress towards both short- and long-term targets on an annual basis.

2. Impact on Environmental Conservation, Social Inclusion, and Economic Viability:

The hospitality industry's practices significantly influence the three pillars of sustainability. Environmental conservation is affected by initiatives such as waste management, energy efficiency, and sourcing practices. Social inclusion depends on the industry's ability to integrate local communities, respect cultural heritage, and provide employment opportunities. Economic viability is a crucial aspect, with a need for a balanced approach that ensures profitability while considering long-term sustainability. This evaluation provides insights into the holistic impact of the hospitality sector on West Bengal's sustainable tourism landscape.

3. Challenges and Potential Strategies:

Challenges faced by hospitality stakeholders in West Bengal include resource-intensive operations, resistance to change, and economic pressures. Strategies to overcome these challenges involve fostering awareness and education among stakeholders, incentivizing sustainable practices, and creating collaborative platforms for sharing best practices. The study will delve into successful strategies employed by leading establishments, showcasing how innovation and collaboration can contribute to overcoming challenges and enhancing sustainability in the hospitality sector.

In conclusion, the hospitality industry in West Bengal, particularly in Kolkata, is integral to the success of sustainable tourism development. By evaluating current practices and policies, understanding their impact on environmental conservation, social inclusion, and economic viability, and addressing challenges through strategic initiatives, the industry can play a transformative role. This study aims to contribute valuable

insights to guide stakeholders in the hospitality sector towards a more sustainable and resilient future in West Bengal.

This paper explores the multifaceted dimensions of sustainable tourism development in West Bengal, India, focusing on the pivotal role played by stakeholders within the hospitality industry. Employing an integrated approach that combines environmental, social, and economic perspectives, the research assesses the current state and potential avenues for sustainable tourism in the region.

The study begins with a thorough analysis of the existing tourism landscape in West Bengal, identifying challenges and opportunities for sustainable development. Utilizing a comprehensive framework that incorporates diverse stakeholders, from government bodies and local communities to private enterprises within the hospitality sector, the research aims to develop a nuanced understanding of the intricate relationships shaping the trajectory of tourism in the region.

A critical aspect of this investigation is the examination of the hospitality industry's role in fostering sustainable tourism. The paper evaluates current practices, policies, and attitudes of hospitality stakeholders toward sustainability, exploring their impact on environmental conservation, social inclusion, and economic viability. Additionally, the study delves into the challenges faced by stakeholders in aligning their business objectives with sustainability goals, offering insights into potential strategies for overcoming these obstacles.

In addition, the study uses a mixed-methods strategy, conducting case studies, questionnaires, and qualitative interviews to collect diverse and rich data from stakeholders throughout the tourist value chain. Not only will the results be useful for academics, but they will also educate politicians, companies, and communities on how to make West Bengal's tourist industry more sustainable.

Ultimately, this paper aspires to offer a holistic understanding of the integrated approach needed for sustainable tourism development in West Bengal, shedding light on the crucial role that stakeholders within the hospitality industry play in shaping the future of tourism in the region.

Total number of registered hotels in Kolkata & Suburb	Total manpower engagement	Local manpower engagement	Male to female ration of employment
52	6500	2500	9:1

Analysis

In terms of sustainable development goals (SDGs), West Bengal has had mixed performance. The state has made some progress towards reaching 10 SDGs in 2021 compared to 2029–20. An examination by the Centre for Science and Environment on the progress achieved by Indian states in attaining the SDGs was revealed in the State of India's Environment Report 2023, which shows that it has slipped on five major targets.

The deadline for fulfilling all 16 targets is 2030.

Lack of Awareness and Education:

Stakeholders may face challenges in promoting and implementing sustainable practices due to a lack of awareness and understanding of the benefits of sustainable tourism.

Financial Constraints:

The initial investment required for implementing sustainable technologies and practices, such as energy-efficient systems or waste management, can be a significant barrier for small and medium-sized businesses.

Resistance to Change:

Some stakeholders may resist adopting sustainable practices due to concerns about changes impacting their traditional way of doing business or perceived additional operational complexities.

Inadequate Infrastructure:

Insufficient infrastructure, especially in remote or less developed areas, may hinder the implementation of sustainable tourism practices.

Policy and Regulatory Challenges:

Ambiguous or insufficient government policies related to sustainable tourism may create uncertainty for stakeholders. Clear and supportive policies are essential for encouraging sustainable practices.

Limited Collaboration and Coordination:

Lack of collaboration among stakeholders and coordination between the government, local communities, and businesses can impede the effective implementation of sustainable tourism initiatives.

Tourist Behavior:

Changing tourist behavior and preferences towards more sustainable options can be challenging to predict and adapt to, making it difficult for stakeholders to align their services with evolving demands.

Seasonal Nature of Tourism:

The seasonal nature of tourism in certain regions of West Bengal may lead to challenges in maintaining year-round sustainable practices, as resources and efforts may be concentrated during peak tourist seasons.

Community Involvement and Empowerment:

Involving and empowering local communities in sustainable tourism practices can be challenging, as it requires effective communication, cooperation, and addressing any concerns or conflicts.

Limited Access to Technology:

Some stakeholders may face difficulties in accessing and adopting the latest sustainable technologies due to factors such as limited availability, high costs, or a lack of technical expertise.

Climate Change and Natural Disasters:

Vulnerability to climate change impacts and the potential occurrence of natural disasters can disrupt sustainable tourism efforts and create additional challenges for stakeholders.

Challenges and obstacles

Protecting natural resources and the environment is a top priority, as is increasing awareness and understanding between visitors and locals through education. Another pressing issue is the need to start a democratic movement that allows for more people to be involved in tourism development. These are just a few of the many complex challenges that the tourism industry encounters.Within the sphere of human resources, the tourism industry grapples with diverse challenges, with a critical concern being the caliber of the workforce. There exists a pressing demand for well-qualified personnel, a pivotal facet vital to the industry's vitality. In the context of West Bengal's tourism evolution, a fundamental aspect involves transitioning from the prevalent "Mass Tourism" paradigm to a more nuanced and community-beneficial form known as "Appropriate Tourism". The imminent challenge for West Bengal lies in implementing and establishing Appropriate Tourism at the grassroots level.

The proliferation of hotels across India, diverse in structure and scale, occurs without due consideration for the fragile environment or the basic security of both property and tourists. This poses a considerable risk, particularly in a country like India, where tourism stands as a linchpin for employment, social upliftment, and foreign exchange earnings. Although state tourism corporations now manage numerous hotels, catering to the burgeoning domestic tourism, these establishments often lack essential facilities and adequately trained personnel.

Crucially, the conservation and sustainable utilization of natural, social, and cultural resources demand meticulous planning and management within environmental constraints. Tourism should not dominate the economic foundations of an area but should instead support a diverse range of local economic activities, accounting for environmental costs

and benefits. Active involvement of local communities, indigenous people, women, and minority groups is pivotal to ensuring the equitable distribution of tourism's benefits. As a labor-intensive industry, tourism necessitates an integrated Human Resource Development (HRD) system, fostering collaboration between the public and private sectors to cultivate the requisite skills.

Tourists, both domestic and foreign, often encounter exasperation due to excessive paperwork, time-consuming compliance with rules and regulations, and bureaucratic red tape in India. Language barriers compound the challenges faced by foreign visitors, alongside customs and immigration formalities. The trajectory of future tourism success hinges on how the industry and the broader tourism system assimilate emerging critical trends. Improving products, developing marketing strategies, establishing legal frameworks, and investing in human resource development are all critical to the success of tourist development initiatives. Foreshore areas, historic sites, woods, animals, inland bodies of water, and vital infrastructure like airports, highways, and ports are all under the State's control, which is a testament to the importance of the sector.

Future planning

West Bengal envisions positioning itself as a premier destination for tourism and related investments, capitalizing on its distinctive geographical location and a rich array of tourism assets. The strategic focus is on developing essential infrastructure and fostering integrated tourism, not only to attract increased investments and advance the socio-economic objectives of the Government but also to ensure alignment with pertinent environmental protection laws and regulations. The overarching goal of the Tourism Department is to harness the potential of the tourism sector to enhance the overall quality of life for the populace. The state's current tourism strategy is based on the 2008 Tourism Policy, and its overarching goal is to diversify its tourist offerings by promoting its many environmental, cultural, religious, sporting, healthcare, educational, and human resources advantages.

An all-encompassing "Tourism Policy" is being prepared to be introduced by the West Bengal administration, with a prominent focus on creating a unique identity for the state. Hill tourism in Darjeeling and the Dooars, ecotourism in the Sunderbans, river tourism, heritage tourism in Kolkata, and coastal beach tourism are all part of the Beautiful Bengal campaign's goal of acquainting visitors with the region's varied and interesting features. Events like the Darjeeling Tea Tourism Festival, the Tagore Literary Festival in Kolkata, the Urban Heritage Conser-

vation Festival, the Hazarduall Utsav in Murshidabad, the Digha Festival, the Bishnupur Festival, and the Music Festival all add to the lively tourist scene.

The state government is placing particular emphasis on the development of the Kolkata/Hooghly Riverfront, envisioning it as a major tourist attraction. Additionally, concerted efforts are being made to customize tourism development in North Bengal, Digha, and Sundarbans. Plans are underway to enhance the 'Buddhist Trail' to attract more foreign tourists, with proposals including a 10-day circuit covered by a state-of-the-art train resembling the 'Palace on Wheels' twice a month. The collaboration between the Central and State Governments is crucial for crafting inclusive tourism policies and programs, fostering synergy between tourism and development. West Bengal boasts an abundance of attractions, resources, and manpower, presenting a tremendous opportunity to build a qualitatively superior and robust tourism industry that benefits all stakeholders, particularly the common populace.

Conclusion

The prosperity of any organization hinges on its capacity for continual improvement and the delivery of top-notch products and services to its clientele. Achieving this necessitates every member of the organization to possess the essential knowledge, skills, and a positive attitude.

A meticulous delineation of tourist segments, coupled with targeted marketing endeavors facilitated by seasoned professionals, becomes imperative. Sustainable revenue growth, aligning with the expanding capacities introduced by the hospitality industry, is pivotal for overall advancement. Given that tourism activities are intrinsically linked to nature and natural heritage, it becomes paramount to ensure that tourism development adheres to ecological sustainability – preserving ecological processes must be non-negotiable.

Tourism, being a conduit for experiencing a nation's unique culture and the distinctiveness of a state, mandates that development strategies uphold social and cultural sustainability, aligning with the local people's culture and values. The focal points for actionable measures should revolve around community involvement in tourism development and planning, alongside comprehensive training for personnel involved in tourism to uphold service quality without compromising its essence. Striking the right balance in distributing benefits to the community is imperative to ensure that the populace perceives tangible advantages.

Moreover, establishing a legal and procedural framework is crucial to combat social issues such as exploitation, child labor, sex tourism,

and the preservation of heritage products. In conclusion, navigating the terrain of accessible tourism poses challenges and bottlenecks that demand attention. While some issues may be surmountable with commitment and earnest efforts, more complex challenges necessitate robust policy mechanisms and heightened inter- departmental coordination. The journey requires a concerted effort from all stakeholders, emphasizing the need for commitment and collaboration to overcome the multifaceted challenges in the realm of accessible tourism.

Suggestions

Effective master plans should be carefully crafted with specific goals integrated into West Bengal's broader economic and social development objectives. Prioritizing infrastructure development, improving tourist facilities, and enhancing communication networks are essential components of this planning.

Inclusivity is key; information, instructions, and suggestions should be made accessible to all. Braille and large print materials must be readily available, with large print materials positioned at eye level. To promote transparency, travel and tourism organizations should create and publicize Fact Sheets detailing the accessibility features in their premises.

A communication strategy for tourism should prioritize making accessible information an integral part of all campaigns. Valuing and preserving the environment, flora, fauna, monuments, and cultural heritage is crucial. Conservation should not be seen as a one-time effort but rather as an ingrained way of life.

At every level of tourist growth, research is necessary to track effects, find solutions, and equip locals to adapt to new circumstances and make the most of possibilities.

Tourism may be a powerful driver of regional development, thus it's critical to set up human resource centres in every area. The availability of trained and semi-skilled human resources in each location should be studied by these institutions.

Lastly, hotels, tourist resorts, and other facilities along the route need to be closely monitored by managers who are both informed and experienced to ensure that the services they offer are of high quality. Simple measures, thoughtfully implemented, can contribute significantly to the success of tourism initiatives in the region.

References

1. World Tourism Organization (WTO). Millennium Tourism Boom in 2000. URL: http://www.world-tourism.org, viewed January 2001.

2. Budeanu A. A tour to sustainability? IIIEE Communications 1999, Lund, Sweden, 1999.

3. World Travel and Tourism Council (WTTC). Tourism Satellite Accounting Research: World Analysis 2000. URL: http://www.wttc.org/ecres/regional%202002.asp, viewed March 2001.

4. WTO. Tourism Highlights 2000. URL: http://www.world-tourism.org/market_research/facts&figures/menu.htm, viewed March 2002.

5. Gonsalves P. Tourism: the broader picture. Tourism in Focus. 1996, p. 19.

6. World Trade Organization. S/C/W/51 of 23 September 1998, p. 4.

7. Hunter C., Green H. Tourism and the environment: a sustainable relationship? Routledge, London and New York, 1995.

8. Holloway C.J. The business of tourism. Addison Wesley Longman Ltd; Singapore, 1998.

9. Tourism Concern Statistics. URL: http://www.tourismconcern.org.uk/, viewed February 2001.

10. WWF-UK, Holiday Footprinting: A practical tool for responsible tourism. WWF-UK, 2002.

11. Environmental News Service (ENS). Grim Future Forecast for World's Coastal Areas. URL: http://ens-news.com/ens/apr2001/2001L-04-17-06.html, viewed April 2001.

12. URL: https://nidhi.nic.in/HotelDivision/Hotels/ClassifiedLevel1.aspx?StateCode=32&StateName=West+Bengal

13. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPPC). Climate change 2001: impacts, adaptation, and vulnerability. URL: http://www.ipcc.ch/, viewed June 2001.

14. URL: https://tourism.gov.in/sites/default/files/2022-09/India%20Tourism%20Statistics%202022%20%28English%29.pdf

15. Babu, Sutheeshna, (2008), Spatial Dimensions of Tourism in India A macro-level perspective. In S. Babu, S. Mishra and B.B. Parida (ed.), Tourism Development Revisited: Concepts, issues and challenges, Response Books-Sage Publishers, New Delhi, pp. 285–305.

16. Berno, T. and Bricker, K. (2001): Sustainable tourism development: the long road from theory to practice, International Journal of Economic Development 3(3), pp. 1–18.

17. Brown, Frances and Hall, Derek (2008), 'Tourism and Development in the Global South: the issues', Third World Quarterly 29 (5), pp. 839–849.

18. Cronin, L. (1990), A strategy for tourism and sustainable developments, World Leisure and Recreation 32(3), pp. 12–18.

19. Government of India, India Tourism Statistics (2010), Ministry of Tourism, Market Research Division, New Delhi, India.

20. Government of India, Indian Tourism Statistics at a Glance (2011), Department of Tourism, New Delhi, India.

21. Government of India, Indian Tourism Statistics at a Glance (2012), Department of Tourism, New Delhi, India.

УДК 2:338.48

Религиозный туризм и межкультурный диалог

И.А. Жарков
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Религиозный туризм как особая форма культурного взаимодействия приобретает в настоящее время все большее значение в контексте глобализации и межцивилизационного диалога. Его роль выходит за рамки сугубо экономической выгоды, становясь инструментом социальной интеграции и культурного обмена. В статье анализируются ключевые аспекты взаимосвязи религиозного туризма и межкультурной коммуникации.
Ключевые слова: туризм, религиозный туризм, межкультурный и межцивилизационный диалог

Religious tourism and intercultural dialogue

I.A. Zharkov
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Religious tourism, as a special form of cultural interaction, is currently becoming increasingly important in the context of globalization and intercivilizational dialogue. Its role goes beyond purely economic benefits, becoming an instrument of social integration and cultural exchange. The article analyzes the key aspects of the relationship between religious tourism and intercultural communication.
Keywords: tourism, religious tourism, intercultural and intercivilizational dialogue

© Жарков И.А., 2025

Туризм является одним из наиболее действующих факторов, стимулирующих создание межкультурных связей, способствующих обогащению традиционной культуры между различными народами.

Все более важный сегмент культурного туризма связан с «религиозным путешествием», туризмом, мотивированным религиозными или духовными причинами, или связанным с объектами религиозного наследия. Ранее религиозный туризм, будучи в основном внутренним явлением, сегодня превратился в крупную международную коммерческую услугу. Туристские агентства предлагают обширные многосерийные пакеты путешествий в древние места поклонения, священные места и места паломничества, связанные с основными конфессиями.

Как отмечает генеральный директор Исследовательского центра исламской истории, искусства и культуры (IRCICA) из Стамбула, профессор, доктор Махмуд Эрол Кылыч: «В нынешнюю эпоху скоростных коммуникаций и мобильности все больше места отводится вопросам веры и культуры. Ведь моральные, этические и духовные ценности, которые регулируют человеческие отношения, такие как взаимное уважение, терпимость, понимание и сотрудничество, которые являются существенными для всех религий и систем веры и закреплены в международных хартиях, становятся главными в построении “культуры мира”. И здесь роль религий и их лидеров как поборников межконфессионального и межкультурного взаимопонимания становится все более заметной» [4].

Таким образом, глобализация открыла религиозный туризм для коммерциализации, превратив его не только в духовный, но и в товарный экономический продукт, обслуживающий пересекающиеся рынки: духовность, физическое и психическое здоровье, досуг, культуру, время отпусков и каникулярное время.

С учетом значительной демографической базы эта форма туризма обладает огромным потенциалом для развития межконфессионального и межкультурного диалога, если она будет задействована. Действительно, при правильном понимании туризм может стать мощным инструментом развития и эффективным средством сохранения и поощрения культурного разнообразия. Неотъемлемой частью этого процесса является обеспечение того, чтобы такой туризм оставался устойчивым, а это означает, что он эффективно решает вопросы, связанные с охраной окружающей среды, социальной и культурной среды и сохранением местных территорий.

Что касается мест паломничества и мест историко-религиозного назначения, то устойчивость предполагает принятие мер по осна-

щению и обслуживанию – зачастую древних – памятников, которые должны быть защищены и восстановлены, а также обеспечение охраны окружающей среды для природных объектов с использованием путей доступа и транспортных коридоров в целях предотвращения заторов и непревышения грузоподъемности. Другие вопросы связаны с управлением и продвижением этих направлений, развитием устойчивой местной экономики и уважением традиций и обычаев принимающего населения.

В случае крупных религиозных мероприятий и собраний проблемы включают в себя наилучшие способы управления потоками и доступом для обеспечения того, чтобы участники были приняты и размещены в надлежащих гигиенических и медико-санитарных условиях (включая предоставление надлежащих продовольственных услуг для участников, которые соблюдают правила питания, предписанные их религией), гарантируют безопасность и неприкосновенность людей и их имущества, оказывают помощь больным, пожилым людям и детям, которые могут заблудиться, и предоставляют информацию о программировании (время проведения церемоний, питание, типы питания, соответствующие той или иной религии и традиции).

Религиозные маршруты требуют хорошо скоординированных партнерских отношений и сотрудничества между всеми принимающими общинами, специалистами в области туризма и соответствующими органами территориального развития. Всемирная туристская организация (ЮНВТО) разработала цели и руководящие принципы, конкретно направленные на содействие развитию устойчивого религиозного туризма.

«Религиозный туризм можно выделить как самый динамично развивающийся в последнее время вид туризма. Данная туристическая направленность, прежде всего, создает атмосферу взаимопонимания между участниками туристических поездок и местным населением при совместном преодолении имеющихся проблем и напряженности в обществе, также религиозный туризм способствует познанию общечеловеческих ценностей, воспитанию гуманности, развитию международного сотрудничества, культурному и духовному росту людей» [1, с. 126].

В глобальном контексте он выступает мостом между культурами, способствуя тем самым познанию многообразия верований через прямое взаимодействие с представителями разных конфессий, сохранению духовного наследия как элемента национальной идентичности, а также формированию толерантности за счет эмпатии и восприятия ценностей «другого».

Посредством религиозного туризма осуществляется диалог культур через религиозные практики, что смягчает напряженность, возникающую на религиозной почве, особенно в мультиконфессиональных регионах [3]. Религиозный туризм выступает своеобразным инструментом диалога между цивилизациями, предотвращая конфликты посредством создания атмосферы доверия через совместное участие в различного рода ритуалах и практиках. Участие в религиозных праздниках, посещение культовых объектов, музеев способствует знакомству с историей и традициями других народов. Участие в религиозно-познавательных поездках расширяет представления о традициях, историческом наследии и духовных практиках других конфессий, включая в том числе и ушедшие в прошлое верования.

По мнению Ю.С. Житенёва, посвятившему свои исследования религиозному туризму и паломничеству: «Длительные паломнические путешествия, являясь традиционным инструментом межкультурного общения, приобрели в мировой истории особое значение в качестве средства взаимообогащения культур различных народов и религиозных традиций. Наиболее важным результатом межцивилизационных контактов стало расширение у паломников представлений об общей картине мира, получение новых знаний, более глубокого понимания своей культурной самоценности и ее существенного отличия от других цивилизаций, а также уважительное отношение к представителям других религий, особенно к тем, которые сами отличаются веротерпимостью» [5].

Большое влияние на межкультурную коммуникацию оказывают и образовательные программы страноведческого содержания для туристов, акцентирующие внимание на бережном отношении к культурному наследию того или иного народа [7, 8]. Путешественники, стремящиеся к знаниям и духовности, которые, по их мнению, не могут найти их у себя на родине, породили растущее явление – образовательные паломничество и туризм.

Религиозный туризм привлекает, прежде всего, своим познавательным характером, возможностью соприкоснуться с культурным и духовным наследием разных стран, познакомиться с традициями, религиозными обрядами и культовыми объектами. Также религиозный туризм знакомит путешествующих с уникальными памятниками архитектуры, разнообразными методами строительства культовых сооружений, раскрывает тайны религиозной живописи и т.д.

Согласно мнению Макканнелла, туризм – это, по сути, познавательная деятельность, но его воздействие может быть также эмо-

циональным или поведенческим [10]. «Желание путешествовать, чтобы удовлетворить потребность, познать как земную реальность, так и небесную тайну, – это импульс, который постоянно движет человечеством. В образовательном туризме и паломничестве места интерпретируются таким образом, чтобы обогатить представление посетителей о мире и истории, в отличие от того вида туризма, в котором достопримечательности являются продуктами для потребления» [9, с. 80].

Таким образом, религиозный туризм выступает многофункциональным инструментом межкультурной коммуникации, сочетая в себе духовные, социальные и экономические аспекты, становясь одним из основных стержней межкультурного и межконфессионального диалога в условиях глобального мира. Его развитие требует баланса между сохранением самобытности культур и их диалогом, что особенно актуально в условиях современных вызовов.

Как отметил генеральный секретарь ЮНВТО (2010–2017) Т. Рифай, «религиозный туризм – это трансформационная сила, разрушающая культурные барьеры и возводящая мосты между людьми, сообществами и нациями» [2, 8].

Список источников

1. Аксенова Л.А., Плыско Я.А. Роль религиозного туризма в современном обществе // Журнал правовых и экономических исследований. Journal of Legal and Economic Studies. 2019. № 2. С. 126–129.

2. Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В. Религиозный туризм как тренд мировой и российской туриндустрии: концептуальная сущность и модели развития // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13, № 3. С. 7–27.

3. Ван Тин. Туризм как способ межкультурного взаимодействия в условиях глобализации // IN SITU. 2016. № 6. С. 75–79.

4. Диалог между конфессиями – важнейший способ сближения народов всех стран и континентов. URL: https://www.zakon.kz/stati/6449778-dialog-mezhdu-konfessiyami--vazhneyshiy-sposob-sblizheniya-narodov-vsekh-stran-i-kontinentov.html (дата обращения: 05.04.2025).

5. Житенев С.Ю. Религиозное паломничество: межкультурные коммуникации и цивилизационный контекст. URL: https://www.dissercat.com/content/religioznoe-palomnichestvo-mezhkulturnye-kommunikatsii-i-tsivilizatsionnyi-kontekst (дата обращения: 05.04.2025).

6. Мокроусова Я.Д. Проблемы развития религиозного туризма в Российской Федерации // Вестник науки. 2024. № 6 (75), т. 2. С. 2312–2322.

7. Молчанова Н.В. Туризм как средство формирования толерантности. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-sredstvo-formirovaniya-tolerantnosti (дата обращения: 05.04.2025).

8. Шевченко И.Ю., Юфанова А.Л. Религиозный туризм как инструмент межкультурного взаимодействия в глобализирующемся мире. URL: https://scienceforum.ru/2012/article/2012001629 (дата обращения: 05.04.2025).

9. Cohen Erik H. Religious tourism as an educational experience // Tourism, Religion and Spiritual Journeys. Edited by Dallen J. Timothy and Daniel H. Olsen. London and New York: Routledge, 2006. P. 78–93.

10. MacCannell, D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class, New York: Schocken Books. URL: https://openlibrary.org/books/OL7710675M/The_Tourist (дата обращения: 05.04.2025).

УДК 338.482.2

Факторы и резервы повышения производительности труда в организациях индустрии туризма

М.А. Здоров, С.А. Здоров[1]
[1]Московский финансово-юридический университет МФЮА, Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена исследованию факторов и резервов повышения производительности труда в организациях индустрии туризма. Рассматриваются специфические особенности труда в туристской сфере, проводится анализ ключевых факторов, влияющих на производительность труда, и определяются основные резервы ее повышения. Особое внимание уделяется технологическим, организационным и кадровым аспектам, а также влиянию цифровизации на производительность труда в современных условиях. Предложены практические рекомендации по активизации выявленных резервов повышения производительности труда в организациях туристской индустрии.

Ключевые слова: туризм, производительность труда, факторы производительности, резервы повышения эффективности, туристская индустрия, цифровизация, кадровая политика

© Здоров М.А., Здоров С.А., 2025

Factors and reserves for increasing labor productivity in organizations of the tourism industry

M.A. Zdorov, S.A. Zdorov[1]
[1]Moscow University of Finance and Law MFUA, Moscow, Russia

Abstract. The article is devoted to the study of factors and reserves for increasing labor productivity in tourism industry organizations. The article considers specific features of labor in the tourism sector, analyzes key factors affecting labor productivity, and identifies the main reserves for increasing it. Particular attention is paid to technological, organizational and personnel aspects, as well as the impact of digitalization on labor productivity in modern conditions. Practical recommendations are offered for activating the identified reserves for increasing labor productivity in tourism industry organizations.
Keywords: tourism, labor productivity, productivity factors, reserves for increasing efficiency, tourism industry, digitalization, personnel policy

Индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики, вносящих существенный вклад в ВВП многих стран. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), до пандемии COVID-19 на туризм приходились около 10% мирового ВВП и каждое десятое рабочее место в мире [10]. В условиях растущей конкуренции и восстановления отрасли после глобальных потрясений особую актуальность приобретают вопросы повышения эффективности деятельности туристских организаций, в том числе за счет роста производительности труда.

Производительность труда в туристской индустрии имеет ряд специфических особенностей, обусловленных характером предоставляемых услуг, высокой степенью вовлеченности человеческого фактора в процесс обслуживания, сезонностью спроса и другими отраслевыми характеристиками. Учитывая трудоемкость туристских услуг и значительную долю расходов на персонал в структуре затрат туристских организаций, выявление и активизация резервов повышения производительности труда становится ключевым фактором обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития бизнеса в данной сфере.

Цель настоящего исследования заключается в выявлении и систематизации основных факторов и резервов повышения производительности труда в организациях индустрии туризма с учетом современных тенденций развития отрасли и специфики предоставляемых услуг.

Производительность труда традиционно определяется как отношение объема произведенной продукции к затратам труда (рабочего времени или численности работников). В сфере туризма измерение производительности труда сопряжено с рядом методологических сложностей, обусловленных нематериальным характером услуг, их неоднородностью, невозможностью создания запасов, совпадением процессов производства и потребления услуг во времени и пространстве [2].

В туристской индустрии для оценки производительности труда могут применяться различные показатели, в том числе:

- объем реализованных туристских услуг на одного работника;
- количество обслуженных туристов на одного сотрудника;
- выручка (доход) от туристской деятельности на одного работника;
- добавленная стоимость на одного занятого в туристском бизнесе.

При этом важно учитывать не только количественные, но и качественные параметры, характеризующие уровень удовлетворенности клиентов, степень соответствия услуг ожиданиям потребителей, лояльность клиентов и другие аспекты, отражающие качество обслуживания.

К основным *особенностям индустрии туризма,* влияющим на производительность труда, относятся:

1. Высокая трудоемкость услуг. Большинство операций в туристском бизнесе требует непосредственного участия человека, что ограничивает возможности автоматизации и стандартизации процессов.

2. Сезонность спроса. Неравномерность загрузки туристских предприятий в течение года приводит к колебаниям интенсивности труда и необходимости оптимизации кадрового состава.

3. Гетерогенность услуг. Разнообразие и индивидуализация туристских услуг усложняют внедрение универсальных технологий и стандартов обслуживания.

4. Высокая степень взаимодействия с клиентами. Качество обслуживания во многом зависит от коммуникативных навыков персонала, его эмоционального интеллекта и клиентоориентированности.

5. Многокомпонентность туристского продукта. Комплексный характер туристских услуг требует координации работы различных подразделений и партнеров, что усложняет процессы управления и контроля качества.

В современных условиях *технологические факторы* играют все более значимую роль в повышении производительности труда в туристской индустрии. К ним относятся:

1. Цифровизация бизнес-процессов. Внедрение систем автоматизации управления туристским предприятием (PMS, CRM, ERP) позволяет оптимизировать рутинные операции, сократить время обработки заказов и повысить точность расчетов.

2. Онлайн-бронирование и электронная коммерция. Развитие электронных каналов дистрибуции туристских услуг снижает трудозатраты на обработку заявок и расширяет клиентскую базу без пропорционального увеличения численности персонала.

3. Мобильные технологии. Использование мобильных приложений для самостоятельной регистрации, информирования клиентов, навигации по туристским объектам сокращает потребность в операционном персонале.

4. Большие данные и аналитика. Применение инструментов анализа данных позволяет оптимизировать ценообразование, прогнозировать спрос и рационально планировать ресурсы, включая трудовые.

5. Искусственный интеллект и чат-боты. Автоматизация обработки типовых запросов клиентов с помощью чат-ботов и виртуальных ассистентов снижает нагрузку на персонал службы поддержки.

Эффективность организации труда и качество управления оказывают существенное влияние на производительность в туристском бизнесе:

1. Оптимизация бизнес-процессов. Рациональная организация рабочих процессов, исключение дублирующих функций и операций, не создающих ценность для клиента, способствуют повышению производительности труда.

2. Гибкие формы занятости. Применение гибкого графика работы, частичной занятости, аутсорсинга отдельных функций позволяет адаптировать численность персонала к сезонным колебаниям спроса.

3. Стандартизация услуг. Разработка и внедрение стандартов обслуживания, алгоритмов действий персонала в типовых ситуациях повышают скорость и качество предоставления услуг.

4. Система мотивации персонала. Эффективные механизмы материального и нематериального стимулирования, ориентированные на результат, способствуют росту производительности труда.

5. Корпоративная культура и командная работа. Формирование культуры, ориентированной на качество и клиентоцентричность,

развитие навыков эффективного взаимодействия в команде положительно влияют на производительность труда.

Человеческий капитал является ключевым ресурсом туристской индустрии, непосредственно влияющим на производительность труда:

1. Квалификация и компетенции персонала. Уровень профессиональной подготовки, знание иностранных языков, владение современными технологиями, коммуникативные навыки определяют способность сотрудников эффективно выполнять свои функции.

2. Обучение и развитие персонала. Регулярное повышение квалификации, освоение новых технологий и методов работы способствуют росту профессионализма и производительности труда.

3. Корпоративные знания и опыт. Системы управления знаниями, обмен лучшими практиками, наставничество позволяют сохранять и распространять накопленный опыт, сокращать время адаптации новых сотрудников.

4. Здоровье и благополучие персонала. Создание комфортных условий труда, программы поддержания здоровья, профилактика профессионального выгорания снижают абсентеизм и текучесть кадров, повышают работоспособность.

5. Психологический климат и удовлетворенность работой. Позитивная атмосфера в коллективе, удовлетворенность условиями труда и системой вознаграждения положительно влияют на лояльность и вовлеченность персонала, что отражается на производительности.

В условиях цифровой трансформации экономики *технологические резервы* повышения производительности труда в туризме приобретают особую значимость:

1. Внедрение комплексных систем автоматизации. Интеграция различных программных продуктов в единую информационную систему позволяет оптимизировать обмен данными между подразделениями, сократить время на обработку информации и принятие решений.

2. Развитие омниканальности. Обеспечение бесшовного взаимодействия с клиентами через различные каналы коммуникации (офис, телефон, сайт, мобильное приложение, социальные сети) повышает доступность услуг и эффективность работы персонала.

3. Автоматизация маркетинга. Внедрение инструментов автоматизации маркетинговых кампаний, персонализированных рассылок, управления репутацией в сети позволяет повысить эффективность маркетинговых усилий без пропорционального увеличения трудозатрат.

4. Технологии виртуальной и дополненной реальности. Использование VR/AR для презентации туристских продуктов, виртуальных туров, навигации по туристским объектам снижает потребность в физическом присутствии персонала и повышает информативность предоставляемых услуг.

5. Блокчейн и смарт-контракты. Применение технологий распределенного реестра для верификации бронирований, управления лояльностью, автоматизации расчетов с партнерами снижает трудоемкость административных процессов.

Оптимизация организационной структуры и бизнес-процессов представляет значительный потенциал для повышения производительности труда:

1. Реинжиниринг бизнес-процессов. Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование рабочих процессов для достижения существенных улучшений в ключевых показателях деятельности.

2. Внедрение бережливого производства (Lean) в сфере услуг. Адаптация принципов и инструментов Lean к специфике туристского бизнеса позволяет выявлять и устранять потери, оптимизировать процессы обслуживания.

3. Совершенствование системы планирования. Внедрение методов прогнозирования спроса, оптимизации загрузки персонала, планирования ресурсов способствует повышению эффективности использования трудового потенциала.

4. Развитие кросс-функционального взаимодействия. Формирование проектных команд, развитие горизонтальных связей, делегирование полномочий способствуют более гибкому и эффективному использованию трудовых ресурсов.

5. Внедрение системы непрерывных улучшений (Kaizen). Создание механизмов для регулярного выявления и реализации инициатив по совершенствованию рабочих процессов, в том числе с участием рядовых сотрудников.

Повышение эффективности использования человеческого капитала является одним из ключевых направлений роста производительности труда в туризме:

1. Совершенствование процессов подбора персонала. Внедрение современных методик оценки кандидатов, использование психометрических тестов, ассессмент-центров позволяет повысить качество отбора и прогнозировать эффективность будущих сотрудников.

2. Разработка индивидуальных планов развития. Формирование системы развития компетенций, ориентированной на индиви-

дуальные потребности сотрудников и стратегические цели организации.

3. Внедрение цифровых инструментов обучения. Использование платформ электронного обучения, микрообучения, виртуальных тренажеров для развития профессиональных навыков персонала без отрыва от производства.

4. Развитие программ благополучия (well-being). Внедрение комплексных программ, направленных на поддержание физического и психологического здоровья сотрудников, профилактику профессионального выгорания.

4. Совершенствование системы мотивации. Разработка гибких систем материального стимулирования, учитывающих индивидуальный вклад в результаты работы, а также программ нематериальной мотивации, основанных на признании достижений и карьерном росте.

Эффективное управление производительностью труда начинается *с выстраивания системы ее измерения и мониторинга:*

1. Разработка системы ключевых показателей эффективности (KPI). Формирование комплекса измеримых параметров, характеризующих продуктивность труда на различных уровнях организации.

2. Внедрение инструментов бизнес-аналитики. Использование современных аналитических платформ для визуализации и анализа данных о производительности труда в режиме реального времени.

3. Бенчмаркинг. Сравнительный анализ показателей производительности труда с лучшими практиками в отрасли для выявления потенциала улучшений.

4. Аудит бизнес-процессов. Регулярная оценка эффективности рабочих процессов, выявление «узких мест» и разработка мер по их устранению.

5. Анализ удовлетворенности персонала. Проведение регулярных опросов сотрудников для выявления факторов, снижающих их производительность, и разработки корректирующих мероприятий.

Системное повышение производительности труда требует *комплексного подхода,* включающего:

1. Разработка стратегии повышения производительности труда. Формирование долгосрочных целей и приоритетных направлений деятельности по повышению эффективности использования трудовых ресурсов.

2. Формирование программы мероприятий. Разработка детального плана действий с указанием сроков, ответственных исполнителей, необходимых ресурсов и ожидаемых результатов.

3. Создание проектного офиса. Формирование специализированного подразделения или команды, ответственной за координацию и контроль реализации программы повышения производительности труда.

4. Вовлечение персонала. Организация системы сбора и внедрения предложений сотрудников по совершенствованию рабочих процессов, материальное и нематериальное стимулирование инициатив.

5. Оценка эффективности мероприятий. Регулярный анализ результатов реализации программы, корректировка целей и методов их достижения на основе полученного опыта.

Практические рекомендации по повышению производительности труда в туристских организациях. На основе проведенного исследования можно сформулировать следующие практические рекомендации для туристских организаций:

1. Разработать комплексную стратегию цифровой трансформации, предусматривающую поэтапное внедрение современных информационных технологий в ключевые бизнес-процессы, включая системы бронирования, управления взаимоотношениями с клиентами, управления персоналом.

2. Внедрить систему управления производительностью труда, включающую регулярную диагностику, мониторинг ключевых показателей, анализ факторов, влияющих на эффективность труда, и разработку корректирующих мероприятий.

3. Совершенствовать организационную структуру и бизнес-процессы на основе принципов бережливого производства, устраняя дублирующие функции, оптимизируя информационные потоки, стандартизируя типовые операции.

4. Развивать систему управления человеческими ресурсами, уделяя особое внимание подбору персонала, адаптации новых сотрудников, непрерывному обучению и развитию, формированию эффективной системы мотивации.

5. Создать корпоративную культуру, ориентированную на постоянное совершенствование, поощряющую инициативу, творческий подход к решению проблем, обмен знаниями и лучшими практиками.

6. Развивать партнерские отношения с поставщиками услуг (транспортными компаниями, средствами размещения, предприятиями общественного питания и др.) для оптимизации цепочки создания ценности и повышения качества комплексного туристского продукта.

7. Внедрять системы мониторинга удовлетворенности клиентов, позволяющие оперативно выявлять проблемы в обслуживании

и принимать корректирующие меры, тем самым повышая качество услуг и производительность труда.

8. Использовать возможности удаленной работы и гибких форм занятости для оптимизации численности персонала в зависимости от сезонных колебаний спроса и специфики выполняемых функций.

Таким образом, повышение производительности труда в организациях индустрии туризма является комплексной задачей, требующей системного подхода и учета специфики отрасли. Ключевыми факторами роста производительности выступают цифровизация бизнес-процессов, оптимизация организационной структуры и методов управления, развитие человеческого капитала.

Особую значимость в современных условиях приобретают технологические резервы повышения производительности труда, связанные с внедрением цифровых платформ, автоматизацией рутинных операций, использованием инструментов аналитики для оптимизации принятия решений. При этом важно учитывать, что технологические инновации должны дополняться организационными изменениями и развитием компетенций персонала для достижения максимального эффекта.

Активизация выявленных резервов повышения производительности труда требует диагностики текущего состояния, разработки комплексной программы мероприятий, вовлечения персонала и регулярной оценки эффективности предпринимаемых действий. Важным условием успеха является создание корпоративной культуры, ориентированной на постоянное совершенствование и инновации.

Реализация предложенных рекомендаций позволит туристским организациям повысить эффективность использования трудовых ресурсов, снизить операционные издержки, улучшить качество обслуживания клиентов и укрепить свои конкурентные позиции на рынке.

Список источников

1. Бинюкова И.С. Управление человеческими ресурсами в туристическом бизнесе: современные тренды и лучшие практики // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2023. № 4. С. 63–71.

2. Дементьева С.В., Гныря А.И. Особенности оценки производительности труда в сфере услуг // Экономика и управление. 2023. № 3. С. 45–52.

3. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современные подходы к управлению эффективностью. М.: Финансы и статистика, 2023.

4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Цифровые технологии в туризме: ключевые тенденции и влияние на производительность труда // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2023. № 5. С. 78–86.

5. Петрова И.В., Сидоров М.Н. Бережливое производство в сфере услуг: адаптация принципов и инструментов к специфике туристического бизнеса // Менеджмент в России и за рубежом. 2024. № 2. С. 115–123.

6. Родионов Д.Г., Афанасьева Н.В. Стратегия цифровой трансформации как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий туристской индустрии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2023. № 3. С. 452–471.

7. Benavides-Velasco C.A., Quintana-García C., Marchante-Lara M. Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry // International Journal of Hospitality Management. 2024. Vol. 41. P. 77–87.

8. Grissemann U., Plank A., Brunner-Sperdin A. Enhancing business performance in the tourism industry through customer orientation and innovation // Tourism Management. 2023. Vol. 56. P. 207–219.

9. Li X., Wang Y., Yu Y. Present and future of technology in hospitality and tourism industry: A literature review // Journal of Hospitality and Tourism Technology. 2023. Vol. 14(1). P. 107–128.

10. World Tourism Organization (UNWTO). Tourism Highlights, 2024 Edition.

УДК 004:647.2

Совершенствование подготовки специалистов с учетом тенденций и рекомендаций по применению цифровых информационных технологий при организации в гостинице маркетинговой деятельности

Н.П. Манько[1], В.М. Зарецкий[2], Н.В. Карпушина[3]
[1, 2, 3]Московский филиал Российской международной академии туризма, Москва, Россия

Аннотация. В статье авторы рассмотрели основные направления применения различных цифровых информационных технологий, которые могут использовать сотрудники гостиничных предприятий в ходе организации маркетинговой деятельности, а также порядок организации их подготовки по рациональному применению их возможностей.
Ключевые слова: маркетинг, цифровые технологии, информационные технологии, компетенции, управление, гостиница, индустрия гостеприимства, продажи, реклама, обслуживание

Improving the training of specialists, taking into account trends and recommendations on the use of digital information technologies in the organization of marketing activities in the hotel

N.P. Manko[1], V.M. Zaretsky[2], N.V. Karpushina[3]
[1, 2, 3]Moscow branch of the Russian International Academy of Tourism, Moscow, Russia

Abstract. In this article, the authors examine the main areas of application of various digital information technologies used by hotel staff during various marketing activities related to promoting the hotel's capabilities in providing guests with a range of services and products during their stay. The possibilities of different information technologies and the main directions of their application are also explored.
Keywords: marketing, digital technologies, information technologies, competencies, management, hotel, hospitality industry, sales, advertising, service

© Манько Н.П., Зарецкий В.М., Карпушина Н.В., 2025

Современные условия жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг требуют повышения эффективности управления предприятиями. При этом совершенствование управления маркетинговой деятельностью на основе применения цифровых информационных технологий становится ключевым фактором успеха предприятий гостиничной индустрии. Маркетинг в гостиничном бизнесе – это комплексный процесс, направленный на привлечение и удержание клиентов. При этом так называемый цифровой маркетинг является новым инновационным направлением развития классического маркетинга. Такой подход в организации маркетинговой деятельности позволяет по-новому осуществлять продвижение продуктов и услуг, используя для этой цели различные цифровые каналы. При таком подходе достигается более полный охват потенциальных клиентов на всех этапах взаимодействия с ними.

Однако внедрение цифровых технологий открывает возможности для индустрии гостеприимства по всем функциям и конечным целям лишь в том случае, если сотрудники подготовлены к их использованию в своей практической деятельности. Это в свою очередь требует пересмотра подходов к организации базового обучения студентов и, соответственно, дополнительной подготовки штатных сотрудников.

В ходе теоретической и практической подготовки обучаемые должны изучить возможности соответствующих технологий по различным направлениям организации маркетинга. Приведем примеры.

Выполнение комплекса различных маркетинговых мероприятий. Данные, собранные по цифровым каналам, помогают гостиничному бизнесу лучше понимать своих клиентов и то, как принимаются решения о покупке. Активность клиентов в мобильных приложениях, платформах бронирования, веб-сайтах и социальных сетях позволяет компаниям целостно взглянуть на своих идеальных клиентов. Помимо демографической информации поверхностного уровня, эти взаимодействия помогают определить более конкретные характеристики покупателей – например, когда они с большей вероятностью будут делать заказы, на какие элементы страницы они нажимают чаще всего, историю их заказов, а также товары или бронирования, от которых они отказались в процессе покупки.

Организация продаж. Такие решения, как электронные точки продаж (EPoS), мобильные заказы и оплата, а также click and collect – это лишь некоторые из многих способов, с помощью которых гостиничный бизнес использует цифровые каналы для упрощения продаж и обеспечения доступности продуктов для более широкой

аудитории. Эти решения открывают компаниям больше возможностей для увеличения объемов продаж, не подвергая покупателей риску длительного ожидания и некачественного обслуживания.

Решение проблемы удержания клиентов. Помимо данных о бронировании и покупках, компании могут отслеживать, как клиенты перемещаются по цифровым каналам, чтобы понять уровень вовлеченности. Простые взаимодействия, такие как прокрутка страницы, наведение курсора мыши и клики, могут точно показать, как клиенты пользуются цифровыми платформами. Например, страницы или кнопки с низким уровнем вовлеченности могут сигнализировать о проблемах с видимостью или навигацией, которые мешают клиентам найти продукт, который им может понадобиться. Гостиничные предприятия отслеживают эту аналитику с помощью платформ внедрения цифровых технологий, чтобы определить возможности для увеличения удержания клиентов за счет оптимизации своих технологических решений.

Обучение сотрудников правильному использованию возможностей цифровых информационных технологий для организации обучения сотрудников. Внедрение платформ цифровых технологий, таких как Whatfix, позволяет гостиничным организациям масштабировать обучение технологиям и адаптацию сотрудников. Поскольку технологии открывают возможности для увеличения объемов транзакций и взаимодействий по различным каналам, бесперебойная внутренняя работа имеет решающее значение для поддержания скорости и качества предоставляемых услуг. Компания BeerBoard, занимающаяся производством продуктов питания и напитков, использовала Whatfix, чтобы помочь своим клиентам – розничным торговцам, пивоварам и дистрибьюторам – лучше использовать свою платформу SmartBar для получения информации и аналитики в режиме реального времени. «Сократив время обучения наших пользователей, Whatfix помогла нашим клиентам гораздо быстрее воспользоваться преимуществами нашей платформы SmartBar», – говорит Сундар Равиндран, технический директор BeerBoard.

В различных источниках можно встретить разные обозначения, такие как: «цифровой маркетинг», «диджиталмаркетинг», digital-marketing, «онлайн-маркетинг», «электронный маркетинг», «таргетированный маркетинг», «интернет-маркетинг», «интерактивный маркетинг». Все они непосредственно обозначают привлечение к приобретению продуктов или услуг компании с использованием разнообразных методов, способов и каналов привлечения потенци-

альных потребителей с целью продвижения товаров, узнаваемости бренда и увеличения сбыта [4]. Впервые термин “digital-marketing” начали использовать в 90-х годах прошлого века. Применения цифровых технологий позволяет по-новому взглянуть на совершенствование маркетинговой деятельности. При этом в основе такой модернизации заложен подход, основанный на применении сотрудниками новых информационных технологий, обеспечивающих более эффективное взаимодействие гостиниц с различными предприятиями и потребителями их услуг (гостями).

В настоящее время произошел всплеск развития медиаиндустрии, основанный на комплексном применении традиционных технологий и возможностей «цифры». Это, в свою очередь, открывает более широкие возможности для применения сотрудниками гостиниц различных форм и методов проведения маркетинговой деятельности. Появилась возможность по-новому организовывать деятельность соответствующих служб, которые в гостинице отвечают за осуществление маркетинга. В этих условиях появляются совершенно иные инструменты и методы проведения рекламных кампаний, которые являются основой продвижения товаров и услуг.

Характерной чертой и успешностью маркетинга, основанного на применении «цифры», является то, что он во многом становится зависимым от непрерывно изменяющихся и качественно растущих информационных технологий. Расширяются возможности осуществлять более детально и точно анализ потребительской обстановки и на этой основе проводить корректировку и оптимизацию маркетинговых стратегий гостиницы. Применение новых цифровых информационных технологий расширяет возможности гостиничного предприятия осуществлять продвижение на рынок своих возможностей по обслуживанию гостей. Для этой цели могут быть использованы практически все существующие информационные каналы, такие как: интернет, телевидение, радио, смарт-гаджеты и их приложения, смс-рассылки.

При организации подготовки сотрудников необходимо добиться у них понимания того, что маркетинговая деятельность, основанная на применении «цифры», может осуществляться на всех этапах общения с клиентами, повышать уровень взаимодействия с ними и решать следующие задачи:

- сбор, обработка и анализ разнообразной информации о потенциальных клиентах (гостях);
- формирование информационной базы о потенциальных потребителях, партнерах и конкурентах;

• выполнение различных мероприятий по продвижению возможностей гостиницы;

• оценка полученных результатов проведенных мероприятий и корректировка выбранной маркетинговой стратегии;

• определение рациональных методов, форм и приемов организации последующего продвижения товаров и услуг.

Выбирая тот или иной «цифровой» инструментарий, необходимо учитывать специфические особенности создаваемого гостиницей продукта. Не любой цифровой инструмент способен достаточно полно удаленно предоставить гостю оценить возможности и качество гостиничной услуги, так как она практически неосязаема, неотделима от гостиницы, непостоянна качественно по времени ее предоставления.

Однако несомненно утверждение, что правильная организация маркетинга, основанного на применении современных информационных технологий, позволяет гостиничным предприятиям повысить уровень конкурентоспособности и расширить круг потенциальных клиентов.

Проведенный авторами анализ возможностей инструментов цифрового маркетинга позволил определить, на какие их технологические особенности необходимо при обучении обратить внимание, и показать, какие из них могут быть использованы сотрудниками гостиниц в процессе своей работы. К такому инструментарию можно отнести следующее.

В первую очередь, это Веб-сайты. Они по своим возможностям являются основным инструментом, обеспечивающим наглядное, достоверное и оперативное продвижение услуг, которые предлагают гостиницы. Их преимущества: удобство для работы и получения потребителем актуальной информации. Имеется возможностью онлайн-бронирования.

Широкие возможности предоставляют различные официальные социальные сети. Они обеспечивают возможность гостинице оперативно взаимодействовать с клиентами путем публикации различных фото- и видеоматериалов. На своей странице у гостиницы имеется возможность публиковать специальные предложения и напрямую общаться с подписчиками.

В ряде случаев должный эффект достигается за счет организации мероприятий по принципу Email-маркетинга. Электронная почта позволяет поддерживать связь с потребителями путем рассылки персонализированных предложений и другой актуальной информации о возможностях гостиницы.

Особое место занимает реклама с помощью интернета, которая может привлечь внимание новых клиентов и напомнить о возможностях гостиницы тем, кто уже пользовался ее услугами.

Оптимизация сайта для улучшения возможности других поисковых систем улучшить «видимость и прозрачность» гостиницы на своих страницах. С этой целью необходимо разработать справочник ключевых слов, качественный контент и периодически проводить оптимизацию структуры сайта.

Создание инструментов для управления так называемой онлайн-репутацией, которые позволят оперативно получать и оценивать отзывы и комментарии о гостинице на различных платформах, разрабатывать необходимый комплекс мероприятий реагирования на них.

Использование чат-ботов для автоматизированного формирования ответов на часто задаваемые вопросы. Их использование позволяет в определенной степени повысить уровень удовлетворенности клиентов и ускорить процесс бронирования.

Геосервисы помогают клиенту ориентироваться в определении места расположения гостиницы и позволяют привлекать клиентов, находящихся не только поблизости. Это может включать рекламу на картах и использование сервисов для поиска местоположения.

Все выше предложенные инструменты должны быть адаптированы применительно к бюджету гостиничных предприятий. Это в свою очередь позволяет эффективно управлять цифровым маркетингом и достигать успеха в конкурентной среде.

Обучаемый должен усвоить следующие преимущества маркетинга, основанного на применении цифровых информационных технологий:

- высокая степень доступности информации;
- более широкий, по сравнению с традиционными методами работы, охват потенциальных потребителей, что позволяет повысить заполняемость номерного фонда гостиницы;
- более высокий уровень предоставления возможностей гостиницы.

Высокая степень измеримости и прогнозируемости результатов экономической деятельности и оперативной корректировки маркетинговой стратегии.

Появляется возможность перехода к персонализации сообщений и организации онлайн-взаимодействия с потребителями.

Кроме того, обучаемые должны твердо усвоить, что использование инновационных цифровых технологий потребует разработки

конкретной стратегии их применения при проведении комплекса маркетинговых мероприятий.

Исходя из вышесказанного возникает вопрос: в мире, где все и вся подключены к глобальной информационной сети, действительно ли гостиничным организациям сойдут с рук непродуманные стратегии цифровой трансформации, в том числе и при решении задач маркетинга? Ответ напрашивается сам собой. Конечно нет. Однако внедрение цифровых технологий позволит гостиничному бизнесу стать ведущим инноватором в индустрии гостеприимства, позволяя ему *формировать достоверный клиентский опыт*. Внедрение цифровых технологий в сфере гостеприимства играет ключевую роль в создании подлинного клиентского опыта благодаря плавной интеграции технологий для улучшения каждой точки соприкосновения на пути гостя. Внедрение цифровых технологий – от первоначального процесса бронирования через мобильные приложения или онлайн-платформы до киосков самостоятельной регистрации – упрощает работу, сокращая время ожидания и повышая удобство гостей. Персонализированные рекомендации и индивидуальные услуги, основанные на предпочтениях гостей, становятся возможными благодаря аналитическим данным, полученным в результате цифрового взаимодействия. Кроме того, отзывы гостей активно запрашиваются с помощью цифровых механизмов обратной связи, что позволяет отелям и ресторанам оперативно реагировать на любые проблемы и постоянно совершенствовать свои предложения. Используя цифровые инструменты, гостиничный бизнес может создать плавный и приятный процесс взаимодействия с клиентами, способствуя установлению подлинных связей с гостями и оставляя неизгладимое положительное впечатление.

Повышение операционной эффективности. Инвестиции в инструменты внедрения цифровых технологий помогают вашим сотрудникам работать быстрее и масштабировать операции без ущерба для качества.

Внедрение цифровых технологий помогает организациям лучше использовать технологии для снижения рабочей нагрузки персонала, выполняющего ручные и повторяющиеся задачи.

Увеличение дохода предприятия. Диверсификация каналов закупок и привлечения клиентов не только способствует увеличению выручки, но и делает потоки доходов более надежными.

Гостиничные организации используют цифровые каналы для увеличения объемов транзакций в различных местах, постоянно привлекая новых клиентов с помощью персонализированных и це-

ленаправленных маркетинговых кампаний. Еще один важный способ получения дохода заключается в том, как внедрение цифровых технологий позволяет компаниям использовать неиспользованные источники дохода.

Обеспечение принятия решений на основе данных. Несмотря на необходимость улучшения обслуживания клиентов, 74% операторов гостиничного бизнеса говорят, что они используют цифровизацию для сбора большего количества данных и понимания своего бизнеса. Больше цифровых каналов означает больше возможностей для компаний анализировать взаимодействие как с клиентами, так и с сотрудниками.

Платформа закупок Marketboomer использовала платформу цифрового внедрения Whatfix, чтобы помочь своим клиентам в индустрии гостеприимства ускорить внедрение эффективных программ обучения и технологий. Whatfix дал их команде представление о том, как сотрудники взаимодействуют с контентом самопомощи в приложении для решения своих вопросов и проблем. Они обнаружили, что сотрудники могут использовать контент Whatfix для поддержки в 98% случаев, что сокращает количество обращений в службу поддержки клиентов. Более глубокие данные также могли бы показать им точный контент, который был задействован, и в каком продукте это произошло, что дало бы компаниям представление о разногласиях между сотрудниками в рамках существующих технологических платформ.

Обеспечение гибкости и адаптивности. На волне пандемии многие предприятия гостиничного сектора обратились к гибким методологиям, основанным на идее гибкой разработки программного обеспечения, чтобы адаптироваться к возможным перебоям в работе.

Обучаемые должны четко усвоить три принципа, которым должны следовать гостиничные предприятия, чтобы внедрить это гибкое мышление при организации маркетинговой деятельности:

1. Смотрите на неожиданные вызовы как на возможности, а не как на неудачи.

2. Создавайте проекты вокруг вовлеченных и мотивированных людей, а не процессов.

3. Регулярно размышляйте о достигнутом прогрессе.

Роль эффективного внедрения технологий в реализации этих принципов очевидна. Точные и своевременные данные о клиентах и сотрудниках имеют решающее значение для того, чтобы организации могли снабдить команды нужными инструментами, процессами и всеобъемлющими стратегиями.

Независимо от того, управляете ли вы ограниченными ресурсами, удовлетворяете ли новые запросы клиентов или оптимизируете продукты для новой аудитории, умение управлять процессами и поддерживать их на различных платформах позволяет гостиничному бизнесу развиваться, не подвергая риску свою деятельность. На понимание всего этого и должен быть направлен образовательный процесс. Самое главное – правильно выбрать формы и методы обучения, которые у каждой конкретной организации могут отличаться.

Список источников

1. Боярчук Н.К., Корчак И.А. Эффективное применение цифрового маркетинга для увеличения конкурентоспособности гостиничного предприятия // МедиаВектор. 2023. № 9.

2. Голубков Е.П. Использование цифровых технологий в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 2.

3. Колодник Т. Развитие теории цифрового маркетинга // Наука и инновации. 2021. № 1.

4. Куликова Е.С. Понятие «цифровой маркетинг»: Библиографический обзор // Московский экономический журнал. 2020. № 10.

5. Костин К.Б. Классификация инструментов цифрового маркетинга для предприятий отечественного и международного туристского бизнеса // Экономика и управление. 2016. № 1 (123).

УДК 338.48

Стратегическое развитие региона и проекты в области туризма

И.П. Паластина
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты стратегического развития региона на примере Саратовской области, исследуются возможности развития туризма как одного из направлений его стратегиче-

© Паластина И.П., 2025

ского развития, реализации национального проекта «Туризм и гостеприимство» в регионе.

Ключевые слова: стратегическое развитие, Саратовская область, туризм и индустрия гостеприимства, стратегия развития туризма, условия развития туризма

Strategic development of the region and tourism projects

I.P. Palastina
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article examines some aspects of the strategic development of the region on the example of the Saratov region, explores the possibilities of tourism development as one of the directions of its strategic development, the implementation of the national project "Tourism and the hospitality industry in the region.

Keywords: strategic development, Saratov region, tourism and the hospitality industry, tourism development strategy, tourism development conditions

В современных условиях одним из ключевых условий развития территории является его стратегическое планирование. В соответствии с Федеральным законом от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» разрабатывается стратегия развития в каждом регионе. Стратегическое планирование подразумевает проведение анализа экономических показателей по отдельным отраслям, которые развиваются в конкретном крае или области. В Саратовской области быстрыми темпами развивается промышленность. В 2023 году индекс промышленного производства достиг 100,5% (в России в 2023 году индекс промышленного производства в среднем составил 99,4%) [7].

Многие оборонные предприятия стараются внедрять новые научные разработки и увеличивать объемы производства. Другие предприятия с уходом с рынка иностранных производителей начали расширять бизнес и заняли освободившуюся нишу. Но предприятиям для выполнения заказов и для модернизации производства не хватает специалистов и среднетехнического персонала [7].

Рассмотрим более подробно реализацию стратегических целей социально-экономического развития Саратовской области. Развитие экономических показателей по региону можно проанализировать по данным территориального органа Федеральной службы государ-

ственной статистики по Саратовской области по валовому региональному продукту (ВРП). Динамика валового регионального продукта за 2021–2023 годы (в основных ценах) представлена на рисунке. По сравнению с 2021 годом ВРП в 2022 году вырос на 16,5% (что составляет 166,4 млрд руб.), В 2023 году валовой региональный продукт вырос на 14,3% по сравнению с предыдущим годом (что составляет 168,9 млрд руб.),

В развитие Саратовской области в 2022 году было инвестировано 207,7 млрд руб. (что составило 102,4% по сравнению с 2021 годом). В регионе разрабатывается более 177 инвестиционных проектов, для реализации которых потребуется более 900 млрд руб. При реализации проектов создано более 1038 рабочих мест [7].

Некоторые инвестиционные проекты, реализованные и реализуемые в области (из «Отчета о результатах деятельности Правительства Саратовской области за 2023 год») представлены в таблице [3].

Кроме того, в рамках программы импортозамещения АО «Металлургический завод Балаково» реализовал проект по созданию единой технологической цепи [3].

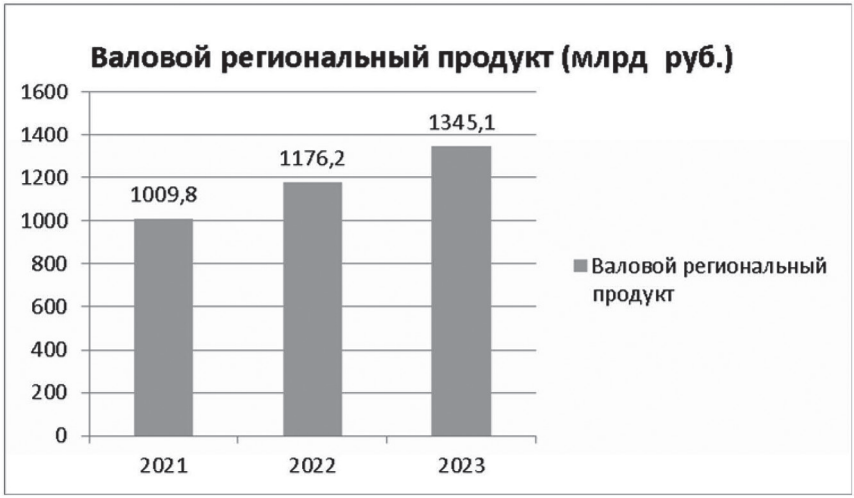
Также в Балаковском филиале АО «Апатит» продолжается внедрение современных технологий в производство; на Саратовской ГЭС ведутся работы по модернизации гидротурбин; на Балаковской АЭС разрабатываются проекты по реконструкции энергоблоков и процессов эксплуатации.

Данные, приведенные в таблице, показывают, что в сфере инвестиций превалируют промышленное производство (металлургия, энергетика) и сельское хозяйство. При этом в программах инвестирования лидирует Балаковский район, что подтверждает, в том числе, территориальную и исторически сложившуюся структуру хозяйства.

Вместе с тем, одним из привлекательных стратегических направлений развития Саратовской области может быть туристская индустрия. Многие регионы России и объекты туризма могут быть не менее, а даже более привлекательны, чем в зарубежных странах, в том числе в Турции, Египте или Италии. Это особенно актуально сейчас при создании условий гражданам России для путешествий по родной, необъятной стране.

При разработке стратегии развития Саратовской области учитывался и ее большой потенциал в индустрии туризма. В национальный проект «Туризм и гостеприимство», который продлится до 2030 года, включена и Саратовская область [4].

Условия для развития туризма можно использовать благодаря разнообразию природных ландшафтов, красоте Волжских просто-



Динамика валового регионального продукта за 2021–2023 годы

ров и расположению в Европейской части России. Также в регионе много исторических памятников и музейных объектов, можно привлечь внимание туристов к культурному наследию.

Благоприятным условиям для развития туризма в Саратовской области способствует и умеренно-континентальный климат региона. Летняя среднемесячная температура (20°С) способствует путешествиям в сезон летних детских каникул, а среднемесячные зимние температуры (от –11°С до –14°С) благоприятны для зимних видов отдыха, туризма и спорта.

Уникальность Саратовской области состоит в том числе и в том, что она объединяет три природно-климатические зоны. Это лесостепная зона, степь и полупустыня. При этом около 80% региона находится в степной зоне, а леса занимают 5,5% территории. Остальная территория – полупустыня.

Уникальна область и с точки зрения водных ресурсов. Это прежде всего река Волга. Волга делит Саратовскую область на две части: восточную – Заволжье (Сыртовая равнина, северная часть Прикаспийской низменности) и западную (правобережную). Правобережная часть включает Приволжскую возвышенность и Окско-Донскую равнину. Подобное расположение области, наряду с другими регионами Поволжья, делает регион привлекательным для речных круизов, что активно использовалось ранее, реализуется и в насто-

Перечень некоторых инвестиционных проектов Саратовской области за 2023 год

Наименование проекта	Исполнитель проекта	Объем финансирования	Территория проекта
Региональная мелиоративная система	ООО «Агрофирма Пегас»	1,2 млрд руб.	Балаковский район
Комплекс для сушки, хранения и отгрузки зерна	ООО «Торговый Дом Зерно Заволжья»	500 млн руб.	Аркадакский район
Вторая очередь завода по производству стального литья	«Балаково-Центролит»	469 млн руб.	Балаковский район
Производство полимерных композиционных материалов	ООО «Саратовский завод полимерных материалов»	420 млн руб.	Энгельсский район
Модернизация производства	ООО «Металлургический завод Балаково»	327 млн руб.	Балаковский район
Производство оборонной продукции	АО НПП «Алмаз»	120 млн руб.	г. Саратов
Региональный центр обработки данных	ПАО «Сбербанк»	122,2 млрд руб.	Балаковский район
Западный обход железнодорожного узла	ПАО РЖД	72 млрд руб.	Саратовский узел Приволжской железной дороги
Комплекс рельсобалочного цеха	АО «Металлургический завод Балаково»	53,1 млрд руб.	Балаковский район
Модернизация производства	АО «Апатит»	3,3 млрд руб.	Балаковский район

ящее время. Но при этом необходима модернизация и развитие туристской круизной инфраструктуры. В регионе кроме Волги еще множество малых рек.

Конечно, особую привлекательность для туризма играет и столица региона – город Саратов. Это город с богатым историческим и культурным наследием, традициями. Например, традиционно привлекательными для туристов являются проходящая вдоль Волги набережная Космонавтов. С набережной открываются прекрасные виды, которыми можно полюбоваться с многочисленных террас кафе и ресторанов. Одним из особо значимых исторических и культурных памятников является Свято-Троицкий собор. А мемориальный комплекс с монументом «Журавли», находящийся в парке Победы на Соколовой горе, позволяет прикоснутся к истории Великой Отечественной войны. Любители симфонической музыки могут посетить концерты в Саратовской государственной консерватории [1].

В Саратове многое делается по реставрации храмов и старинных зданий. Это также способствует развитию сферы туризма. Более одного миллиона туристов посетили область в 2023 году, ежегодно возрастает турпоток [4].

Более 148 млн руб. выделили на реализацию национального проекта по туризму в 2023 году, также привлекли средства частных инвесторов. В 2025 году по этому проекту в строительство туристских объектов вкладывается 105 млн руб. [4].

Для развития сферы туризма и привлечения инвестиций могут быть выделены субсидии на модульные гостиницы в виде компенсации части затрат на строительство. Также имеется возможность получения льготных займов на развитие гостиничного бизнеса, разработку туристских проектов, программы продвижения и рекламные кампании.

Важным в процессе развития туристской отрасли является информационное обеспечение предпринимателей. Реализации этой задачи будет способствовать проектный офис по развитию природных территорий и экологического туризма. Проектный офис создан на базе Туристского информационного центра Саратовской области. Специалисты центра осуществляют консультирование инвесторов и их поддержку в подготовке документов для участия в федеральных конкурсах на получение грантов.

Саратовская область является местом проведения различных фестивалей. Так, на проведение фестиваля «Театральное Прихоперье» и другие культурные мероприятия было выделено около 3 млн руб.

В Отчете губернатора за 2023 год приведены данные об участии региона в проекте по детскому туризму. На развитие туристского проекта из федерального бюджета выделено 98,8 млн руб. и более 15 тыс. учащихся области участвовали в однодневных путешествиях по самым разным программам. По программе «Карта гостя» представляются скидки в музеях, театрах, в кафе и ресторанах [3].

На основе проведенного анализа экономических показателей и документов по стратегии развития туризма Саратовской области можно выделить следующие направления:

- анализ рынка туристских услуг и планирование мероприятий по формированию туристской привлекательности территории;
- разработка мероприятий по проекту «Туризм и гостеприимство»;
- разработка и реализация проектов по строительству глэмпингов (66 номеров в модульных некапитальных средствах размещения) в Новобурасском, Энгельсском, Красноармейском и в других районах Саратовской области [4].

Таким образом, для развития культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного и водного туризма необходимо прежде всего стратегическое планирование развития туристской сферы, планирование и реализация инвестиционных проектов в этой области. В Саратовской области есть все необходимые ресурсы для достижения стратегической цели – создание высокоразвитой туристской индустрии, способной удовлетворять разнообразные потребности населения нашей страны в путешествиях, отдыхе, изучении истории и культуры.

Среди основных направлений реализации Стратегии развития туризма в Саратовской области можно выделить такие, как формирование туристского имиджа области, комплексное развитие как внутреннего, так и въездного туризма. Это позволит увеличить вклад туристской индустрии в социально-экономическое развитие региона. Благодаря федеральным государственным программам, поддержке со стороны местных властей Саратовская область может стать одним из самых привлекательных регионов в сфере туризма.

Список источников

1. Инвестиции в развитие туризма в Саратове с государственной поддержкой. URL: https://vc.ru/invest/1797922-investicii-v razvitie-turizma-v-saratove-s-gosudarstvennoi-podderzhkoi/ (дата обращения: 02.04.2025).

2. Маркелова Е. От глэмпингов до горнолыжных курортов: Саратовская область названа одной из лучших по развитию туризма. URL: https://www.saratov.kp.ru/daily/27667.5/5055876/ (дата обращения: 02.04.2025).

3. Отчет о результатах деятельности Правительства Саратовской области за 2023 год. URL: https://srd.ru/documents/analytics/otchet_gubernatora_2023.pdf (дата обращения: 31.03.2025).

4. Постановление Правительства Саратовской области от 11.04.2023 № 320-П «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Саратовской области на период до 2030 года». URL: https://www.saratov-gov.ru/doc/139440 (дата обращения: 31.03.2025).

5. Развитие туризма в Саратовской области: роль регионального Росреестра. Администрация Балаковского муниципального района Саратовской области. Официальный сайт. URL: https://admbal.ru/news/razvitie-turizma-v-saratovskoy-oblasti-rol-regionalnogo-ros-reestra/ (дата обращения: 02.04.2025).

6. Распоряжение Правительства Саратовской области от 29 декабря 2016 г. № 359-Пр «О Плане мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года». URL: https://saratov.gov.ru/gov/auth/mineconom/SER/SP/RPSO_359_2016.pdf (дата обращения: 31.03.2025).

7. Стратегия для непростого времени. В Саратовской области – рост промышленности, новые резиденты и туристические проекты. Комерсантъ. URL: https://www.kommersant.ru/doc/5951551 (дата обращения: 01.04.2025).

УДК 338.2

Проблемы классического подхода к совершенствованию управления инновационным развитием индустрии туризма

О.В. Чабанюк
Московский финансово-юридический университет МФЮА,
Москва, Россия

Аннотация. На конкретных примерах анализируются проблемы классического подхода к совершенствованию менеджмента индустрии туризма. В частности, выявляются недостатки использования при анализе разви-

© Чабанюк О.В., 2025

тия сферы туризма стационарных моделей Рейли и регрессионных моделей: сравниваются расчеты, выполненные методом полной себестоимости и методом директ-костинга, обозначаются недостатки данных методов.
Ключевые слова: анализ, затраты, издержки, метод, модель, подход, уравнение

The problems of the classical approach to the management improving of innovative development in the tourism industry

O.V. Chabanuk
Moscow University of Finance and Law, Moscow, Russia

Abstract. In the article, with specific examples, the problems of the neoclassical approach to the management improving in the tourism industry are analyzed. In particular, analysing the tourism development there are drawbacks in the use of Reilly's stationary models and regression models: calculations performed by the full cost and by the method of direct-costing are compared, the shortcomings of these methods are identified.
Keywords: analysis, costs, expenses, method, model, approach, equation

До недавнего времени для анализа процессов развития экономических процессов и, в частности, процессов, происходящих в сфере туризма, использовался преимущественно неоклассический подход, при реализации которого применяется метод сравнительной статики.

В рамках этого подхода исследуется характер смещения решения статической модели, описывающей равновесное состояние рассматриваемой экономической системы, которое происходит при изменении тех или иных ее параметров.

Примером использования неоклассического подхода в сфере туризма является анализ изменения предпочтений потребителей при использовании стационарной модели Рейли и ее модификаций. Если, например, у потребителей по какой-либо причине изменятся предпочтения, то значение параметра k модели $r_{\text{АМ}}{}^2 = \text{к} * r_{\text{ВМ}}{}^2$, где $\text{к} = k_A / k_B$, может также измениться. В этом случае, если использовать квазистационарный подход, предполагается, что за короткий промежуток времени потоки покупателей перераспределятся в соответствии с новым положением линии безразличия. Однако такой подход не позволяет оценить динамику процесса: при его использовании мы получаем информацию о распределении предпочтений только в начальный и «конечный» моменты времени. Но какова

продолжительность переходного периода? Как будет изменяться распределение потребителей туристских услуг во времени? Квазистационарный подход не дает ответа на эти вопросы.

Неоклассический подход используется фактически и при анализе перспектив развития на основе применения методов эконометрики (регрессионных моделей и др.). Например, в работе [1] построена регрессионная модель

$$У = 20{,}41 + 0{,}36Х,$$

определяющая влияние производительности труда Х на уровень рентабельности туристской деятельности у турфирмы ООО «МТЦ ЭСТУР». В силу этого уравнения в работе [1] утверждается, что «рост производительности труда на 1000 руб. увеличивает уровень рентабельности туристской деятельности на 0,36%».

Однако приведенное уравнение отражает лишь сложившуюся на рассматриваемом временном периоде тенденцию. Оно не может дать в принципе ответа на вопрос о том, как будет изменяться рентабельность в будущем: вряд ли реальная зависимость является линейной.

Точно так же использование регрессионных моделей работы [3] для целей прогноза можно рассматривать лишь как некоторые (достаточно грубые) оценки. Например, установленная в этой работе на основе корреляционно-регрессионного анализа зависимость количества туристских фирм от уровня средней заработной платы в Республике Татарстан задается уравнением регрессии

$$y = –36{,}049 + 0{,}0746x – 3E – 0{,}6x^2 + 2E – 11x^3,$$

которое хоть и отражает косвенно спрос на туристские услуги, но не учитывает влияние других факторов (развитие индустрии туризма в РТ, смена предпочтений населения и др.).

Ярким примером использования метода сравнительной статики в сфере туризма является анализ развития экономического потенциала гостинично-туристского комплекса (ГТК) на основе микроэкономической модели однопродуктовой фирмы [2, 4, 5, 6]. Как известно, эта статическая модель, в которой функция издержек линейна, а цена услуг постоянна, позволяет определить «мертвую точку», или «точку безубыточности».

При использовании этой модели можно оценить смещение нижней границы производства услуг в случае изменения таких показателей, как условно постоянные издержки, предельные издержки, средний уровень цен на услуги и т.д.

Анализ безубыточности (breakeven point analysis), широко используемый в международной практике, выступает необходимым этапом в финансовом анализе, так как инвестиционные проекты сопряжены с существенными изменениями в структуре издержек по производству и реализации продукции. Анализ безубыточности – это исследование взаимосвязи объема производства, себестоимости и прибыли при изменении этих показателей в процессе производства. В западной экономической литературе анализ подобного рода называется CVP-анализ (CVP-analysis), где C – затраты, издержки (cost); V – объем производства (volume); P – прибыль (profit).

Иногда такой анализ называют анализом сбалансированного соотношения между издержками, объемом производства и прибылями, поскольку главная цель при этом состоит в нахождении объема реализации, необходимого для возмещения издержек, что дает администрации возможность определить влияние на прибыль изменений следующих факторов [2]:

- постоянных издержек;
- переменных издержек;
- объема реализации;
- цены продажи (реализации);
- ассортимента реализуемой продукции.

Проведение анализа представляет собой моделирование реального процесса и базируется на следующих исходных предпосылках:

1. Неизменность цен реализации и цен на потребляемые производственные ресурсы.

2. Разделение затрат предприятия на постоянные, которые остаются неизменными при значительных изменениях объема, и переменные, которые изменяются пропорционально объему.

3. Пропорциональность поступающей выручки объему реализации.

4. Существование единственной точки критического объема производства (что вытекает из вышеперечисленных условий). В реальности взаимосвязь показателей намного сложнее и может иметь место наличие нескольких точек критического объема производства.

5. Постоянство ассортимента изделий. Это допущение делается при выпуске нескольких изделий. Величина маржинального дохода в этом случае будет зависеть от ассортимента продукции, и поэтому точки критического объема производства при одинаковом их уровне будут разными для различного ассортимента производства и реализации.

6. Равенство объема производства объему реализации.

Как видно, описанная система предпосылок является весьма жесткой, что, естественно, не может не сказаться на точности результатов работы с моделью.

Такой анализ может иметь как графическую, так и аналитическую форму. В первом случае – это график взаимосвязи между названными показателями, где объем реализации, необходимый для возмещения издержек, характеризуется особой точкой – точкой критического объема производства («мертвой точкой», точкой рентабельности, точкой безубыточности). При этом предприятие не получает ни прибыли, ни убытка, т.е. выручка от реализации продукции равна ее полной себестоимости (издержкам).

Аналитический подход предполагает определение воздействия на прибыль изменений в объеме продаж Q. Элементами, которые определяют соотношение между этими переменными, являются: цена единицы продукции P, переменные затраты на единицу продукции C.

Общие затраты (сумма постоянных и переменных затрат) равны (C+VC), выручка равна PQ. Тогда в точке безубыточности Q* соблюдается равенство общих затрат и выручки, т.е.

$$PQ^* = (C + VQ^*),$$

откуда можно найти объем производства продукции:

$$Q^* = C(P – V).$$

Последовательно варьируя значения переменных в правой части этого выражения, можно проводить простейший анализ чувствительности.

Анализ безубыточности является одним из важных элементов финансовой информации, используемых при оценке проектов. Он позволяет определить:

- требуемый объем продаж, обеспечивающий покрытие затрат и получение необходимой прибыли;
- зависимость прибыли предприятия от изменений торговой цены, переменных и постоянных издержек;
- значение каждого продукта в доле покрытия общих затрат.

Как уже отмечалось, жесткая система исходных предпосылок и различные способы расчетов как постоянных, так и переменных затрат (учет или неучет налогов, инфляции и т.д.) оказывают существенное влияние на конечный результат. Поэтому данный метод следует рассматривать как условный предварительный расчет безубыточности производства продукции по проекту.

В работе [2] отмечено, что метод анализа безубыточности может быть полезен в следующих случаях:

- при введении в производство нового продукта (когда трудно заранее предполагать величину объема продаж);
- при модернизации производственных мощностей;
- при создании нового предприятия;
- при изменениях в производственной или управленческо-административной структурах предприятия.

В этой связи отметим, что при использовании первого метода функция затрат не соответствует представлению о разделении издержек на переменные и постоянные (условно постоянные).

Таким образом, выбор правильного варианта учета поведения затрат приводит к принятию верных управленческих решений. Именно поэтому статическая модель однопродуктовой фирмы лежит в основе используемого на практике предприятий ИТ метода «директ-костинг».

Однако как влияют инвестиции в развитие ГТК на рост объема услуг? Как изменяется величина долга во времени в случае использования банковских кредитов? Какова динамика структуры услуг ГТК при изменении его звездности в случае реконструкции или капитального ремонта? Классический подход и здесь не позволяет ответить на такие важные вопросы.

Список источников

1. Балабанов А.И. Механизм реализации государственной поддержки форм предпринимательства в туризме Ленинградской области: автореф. дис. … канд. экон. наук. СПб., 2010.

2. Волков И.М., Грачева М.В. Проектный анализ. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

3. Газетдинова Р.Р. Проблемы развития современного рынка туристских услуг в РФ // Вестник Казанского ГУ: Научный журнал. 2008. № 2 (8). С. 31–34.

4. Здоров А.Б. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2005.

5. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Академия, 2004.

6. Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма. М.: Магистр, 2009.

III

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

УДК 338.48

Туристы для науки: человеческий капитал как добавленная потребительская ценность

Н.Ю. Белякова
Русское географическое общество, НИУ Высшая школа экономики, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

Аннотация. Исследование посвящено человеческому измерению научно-популярного туризма – рекреации с элементами научного добровольчества (гражданской науки). Выращивание ответственного потребителя (детский и школьный туризм), проектирование устойчивых сценариев экологического туризма (в том числе на особо охраняемых природных территориях), формирование нишевых продуктов включения туристов в научную работу – все эти вариации научно-популярного туризма требуют продолженного взаимодействия, интеракции во время, до и после совершения путешествия. Таким образом, итоговое качество турпродукта, а также качество научного результата, полученного по итогам выезда, зависит от подготовленного взаимодействия всех сторон. «Человеческий капитал» – термин, подчеркивающий неотделимость ценности от производящего ее лица – рассматривается применительно к стейкхолдерам процесса (туроператорам, представителям научных институций, общественным организациям, туристам).

© Белякова Н.Ю., 2025

Ключевые слова: научно-популярный туризм, нишевый туризм, арктический туризм, человеческий капитал, особо охраняемые природные территории, Русское географическое общество, экспедиционные путешествия

Tourists for science: human capital as added consumer value

N.Yu. Belyakova
Russian Geographical Society, National Research University Higher School of Economics, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Abstract. The research is dedicated to the human dimension of popular science tourism (PST) – the recreation activity enriched with the citizen science. The formation of the responsible traveler (school tourism), creation of the resilient scenarios of ecological tourism (including the specially protected natural areas (SPNA), launching the niche (special interest groups') civil science tourism – all these tourism products need to be enlarged interaction between all stakeholders for providing special competence for all stakeholders of the process before, during and after the trip. Staffing of the popular science tourism unveiled as the "human capital" maintenance underlining the high-quality and smartness of the final tourism product related to its investments and measures. The last is shown at the base of the Russian Geographical Society's case of "expedition travels".

Keywords: popular science tourism, niche tourism, human capital, specially protected natural areas, Russian Geographical Society, expedition travels

Утвержденная в начале 2023 года Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года зафиксировала долгосрочный государственный курс на популяризацию науки через туризм, включая привлечение молодых кадров к научным исследованиям. Концепция была разработана во исполнение Плана мероприятий по развитию научно-популярного туризма в РФ, утвержденного в конце 2022 года, раскрывающего, в свою очередь, План проведения в РФ Десятилетия науки и технологий (последний был утвержден летом 2022 года во исполнение апрельского президентского указа № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий»).

Причины направленной фокусировки каскада федеральных инициатив в части выращивания и создания долгосрочных конкурентных преимуществ для талантов (российских перспективных кадров, высококвалифицированных мигрантов) лежат в плоскости

глобальных демографических трендов и специфической национальной повестки. Отсутствие системы раннего выявления и развития талантов, низкий престиж академической работы, слабая преемственность исследовательской работы, без которой невозможно создание сильных научных школ, – таков конгломерат российских проблем в сфере маркетинга талантов, сложившийся в 1990-е, который пока не преодолен. Сегодня он дополнительно осложнен последствиями демографического коллапса 1990-х, продолжающимся снижениям уровня рождаемости населения, а также оттоком талантов, в том числе в силу социополитической турбулентности [2]. Научно-популярный туризм видится одной из мер повышения престижа профессии ученого, а также создания условий для дополнительной занятости научных сотрудников без ущерба для их основных профессиональных интересов и обязательств. В этом контексте приоритетным становится понятие человеческого капитала, обеспечивающего качество оказываемых услуг в сфере научно-популярного туризма.

Человеческий капитал – результат капитализации взаимосвязанной совокупности высокоразвитых компетенций, неотделимый от личности их обладателя и проявляющийся исключительно в виде уникальной, творческой деятельности в сфере духовного производства. Встраивание этого капитала в российскую систему экономики существенно ограничено ориентацией на извлечение сырьевой ренты. Основными способами извлечения такой ренты в России традиционно выступают добыча и продажа углеводородных ресурсов, доходы от которых формируют около половины федерального бюджета и практически все национальные резервы. Присоединимся к мнению исследователей, утверждающих, что рентная ориентация российской системы экономики снижает спрос на высококвалифицированную рабочую силу [8, 12]. Таким же образом этот фактор действует и в отношении спроса на человеческий капитал. Очевидно, что система нуждается в регулярной поддержке спроса на человеческий капитал; вне этого попытки активизации формирования и развития человеческого капитала могут привести лишь к созданию относительного избытка данного капитала в системе экономики и его оттоку, что и имеет место в последние годы.

Дефицит квалифицированных специалистов, образовавшийся в период 2022–2024 годов, обусловленный специальной военной операцией и ужесточением внешних ограничений в адрес системы экономики России, привел к резкому росту цены квалифицированной рабочей силы и несколько замедлил отток высококвалифици-

рованных специалистов за рубеж. В начале 2024 года с дефицитом специалистов столкнулись 85% российских компаний, что обусловило резкий (более чем в два раза за полугодие) рост заработной платы [4]. Соответственно, несколько улучшились базовые условия оценки человеческого капитала. Однако не стоит переоценивать сугубо спонтанный эффект, который лишь рельефно обозначил острую потребность в разработке системных мер поддержки спроса на человеческий капитал. Отдельные аспекты данной проблемы нашли отражение в действующих национальных проектах «Образование», «Демография», «Наука и университеты», «Цифровая экономика Российской Федерации», «Производительность труда» [10]. Показательным представляется включение в число параметров обновленного в марте 2025 года Национального рейтинга состояния инвестиционного климата метрик кадровой обеспеченности и рынка труда региона (ранее не выделялись в отдельную категорию оценки).

Интерпретируя научно-популярный туризм как одну из мер национального противодействия негативным сценариям потери человеческого капитала в наукоемких отраслях, обозначим, что способы удержания специалистов в наукоемких отраслях коррелируют с дефицитом кадров индустрии гостеприимства, зафиксированным в задачах действующей Стратегии развития отрасли до 2030 года, нацпроекте «Туризм и гостеприимство», а также в новой национальной инициативе по кадровому обеспечению отрасли. Проходящих сегодня обучение по профильным специальностям в сфере туризма и сервиса студентов (порядка 400 тыс. человек) явно недостаточно для реализации плановых целей нацпроекта и соответствующих госпрограмм (в частности, достижения двухкратного роста числа поездок по стране к 2030 году, трехкратного роста доходов от въездного туризма и др.). Ситуацию осложняет и растущий запрос на качественные кадры в туризме (промышленном, городском и др.) со стороны корпоративного сегмента, основной бизнес которого лежит вне туризма [1].

В сложившихся условиях туризм заимствует кадры из других отраслей. Например, представители индустрий, отнесенных приказом Минэкономразвития от 23.04.2025 № 266 к креативным (в частности, «деятельность музеев», «деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг»), имеют возможность работать с туристами без специального образования или аттестации в качестве гида в случае, если туризм не является основным профилем деятельности их ор-

ганизации (сотрудники ООПТ и научных заведений, принимающих туристов).

В этом контексте научно-популярный туризм привлекает внимание как «стыковочная» сфера кадровых интересов науки, испытывающей дефицит молодых специалистов (мотивация которых имеет как материальный, так и имиджевый аспект (положение молодого ученого, его признание и общественный статус), и индустрии гостеприимства, развивающейся в ситуации жесткой нехватки высокопрофессиональных кадров, способных обеспечивать высокое качество нетиповых, нишевых (а значит – более высокодоходных, чем массовый сегмент) видов туризма.

В Концепции научно-популярного туризма вопрос кадрового обеспечения раскрыт коротко – в первую очередь применительно к болезненному для научных учреждений (ядерной инфраструктуры научно-популярного туризма) вопроса необходимости проходить аттестацию их сотрудникам, занятым в приеме экскурсантов. Поэтому общая рекомендация организациям, осуществляющим деятельность в сфере научно-популярного туризма («направлять сотрудников на аттестацию в рамках получения ДПО… в целях соответствия их квалификации меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды для надлежащего выполнения функций в рамках мероприятий научно-популярного туризма»), находит далее следующее раскрытие. Хотя подготовка и аттестация кадров научно-популярного туризма осуществляется уполномоченными РОИВ в соответствии со статьей 4.4 «Условия оказания услуги экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком. Аттестация экскурсовода (гида) и гида-переводчика» ФЗ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников», действие указанной статьи не распространяется на лиц, работающих с туристами в рамках осуществления образовательной деятельности [6].

Про комплексную работу с человеческим ресурсом в Концепции, равно как в других нормативных документах, создающих правовое поле научно-популярного туризма, специальных указаний нет. Хотя такая активность принципиальна не только в связи с тяжелой кадровой ситуацией в туризме в целом, именно в контексте научно-популярного туризма с учетом неотделимости услуги от поставщика и особого запроса на качество ее оказания представляется более уместным термин «человеческий капитал» и весь блок вопросов, связанных с инвестициями и мерами по его системному

формированию. Очевидно, что в данном случае многие сценарии «быстрых побед» в деле оперативной подготовки кадров для туризма не подходят [5].

При этом в свете только формальных количественных контрольных показателей по реализации научно-популярного туризма инвестиции в человеческий капитал необходимы. Согласно Дорожной карте по развитию научно-популярного туризма в РФ, разработанной в целях привлечения талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, а также повышения доступности информации о достижениях и перспективах российской науки от 16.09.2022 № 10834п-П8, к 2025 году должны быть разработаны 100 научно-популярных маршрутов в более чем 30 российских регионах. На сегодняшний день Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма включает более 1,1 тыс. объектов, расположенных в том числе в университетах и научных институтах, разработано 76 маршрутов в 24 регионах [3].

Для самостоятельных и организованных путешествий созданы специальные ресурсы (https://scienceid.net/tourism; https://наука.рф/initiatives/nauchno-populyarnyy-turizm/).

Научно-популярный туризм в измерении необходимого для его реализации человеческого капитала генетически связан с комплексом кадровых проблем туризма экологического, включающего посещение ООПТ. Во-первых, представленный в ст. 5 Концепции научно-популярного туризма реестр инфраструктурных ресурсов включает ООПТ, «на которых осуществляется научная, просветительская, образовательная деятельность (заповедники, ботанические сады)», а также «места проведения полевых научных исследований: археологические, палеонтологические раскопки, геологические и биологические экспедиции и другие» (нередко осуществляются на ООПТ). Во-вторых, вступивший в силу с 1 апреля 2025 года ГОСТ по научно-популярному туризму, обозначая, что соответствующие услуги «должны оказывать квалифицированные специалисты в сфере туризма: менеджеры, инструкторы, гиды, имеющие определенный уровень подготовки, включая навыки по действиям в чрезвычайных ситуациях и оказанию первой медицинской помощи», отдельно оговаривает, что научно-популярные туры в формате научных экспедиций должно соответствовать законодательству в сфере охраны окружающей среды и объектов культурного наследия и осуществляться с учетом требований соответствующих ГОСТов [13]. При этом ключевым требованием к путешествиям в формате научных экспедиций является соответствие целевому

назначению – «ознакомление и(или) непосредственное участие в полевых научных изысканиях на объектах научно-популярного туризма, причем длительность экспедиции и численность экспедиционной группы должны учитывать нормативы допустимой антропогенной нагрузки на окружающую среду».

Итак, на оказание услуг в сфере научно-популярного туризма влияет и кадровый недокомплект природных территорий с охранным статусом специалистами по работе с туристами, а также дефицит кадровых научных специалистов (в настоящий момент даже «профильные» для того или иного заповедника научные специалисты – териологи, лимнологи и др. – зачастую работают «вахтовым» методом). При этом согласно законодательным новеллам (уточнения 2023 года в ФЗ об ООПТ и последующие нормативно-правовые акты) большинству категорий ООПТ вменяются задачи по ведению рекреационно-туристской деятельности [14]. С учетом, что ранее такая деятельность не являлась обязательной для ООПТ, а также в условиях кадрового дефицита ключевых для ООПТ видов деятельности (природоохранная, научная, просветительская) научно-популярный туризм на ООПТ фактически лишен профессиональной поддержки. Особенно явно это в отношении специальных видов туризма, малоэффективного (а то и небезопасного) без научного комментария на всем маршруте – например, арктического [11].

Как правило, функцию работы с гостями в дирекции ООПТ выполняет отдел просветительской работы, далеко не всегда тесно взаимодействующий собственно с научными специалистами, кадровыми и приглашенными. Научно-популярный туризм на ООПТ – выделяем этот вид как один из наиболее маржинальных треков этого вида туризма – сталкивается с проблемой оказания услуг, включающих элементы «гражданской науки», т.е. реального вовлечения гостей в научную работу – от включенного наблюдения за работой профессионала до сбора необходимых ученым полевых материалов по точному брифу от специалистов. Например, в каждом экспедиционном путешествии Русского географического общества организация возможности путешественникам присоединиться к работе ученых, выполняя ряд нужных исследователям, но несложных в сборе полевого материала работ, представляет собой сложный фасилитаторский проект, соединяющий интересы научных специалистов, логику туроператора, возможности и ресурсы территории [7, 9]. Основными форматами научного взаимодействия в ходе экспедиционного путешествия выступают полевые естественно-научные исследования по заказу или вместе с сотрудниками научных

институтов (измерение глубины снежного покрова, оценка температур вне зон стационарных метеонаблюдений, сбор проб воды в бальнеологических исследованиях и др.), а также этнографические исследования (фиксация практик гостеприимства кочевых малочисленных народов, фото/видео фиксация обрядовых и бытовых практик, этноспортивных элементов и др.). Взаимодействие с научными сотрудниками начинается за несколько недель до выезда и включает в себя брифинг учеными, а также получение запроса со стороны гостей на раскрытие в ходе тура специальных тем. По итогам полевого выезда в течение нескольких месяцев по мере камеральной обработки полученного материала специалисты дают развернутый комментарий. Конечным итогом экспедиционного путешествия РГО с точки зрения решения научных задач является появление научных статей на основе полученных данных, с точки зрения просвещения – создание медиапроектов, в том числе на основе полученных от туристов материалов. В связи с тем, что треки научного исследования и туристского выезда различаются по времени, в случае необходимости сроки полевого выезда для ученых могут быть расширены по согласованию сторон. Таким образом, формат научно-популярного путешествия позволяет ученым оптимизировать расходы на полевые исследования, а туристы получают дополнительную ценность в виде иммерсивного опыта, а не пассивных «лекций на маршруте». Все это трудно реализуемо без соответствующей подготовки всех стейкхолдеров процесса. Помимо обозначенной выше процедура «взаимной подготовки» туристов и научных работников к интеракции в ходе полевого выезда, компетенции человеческого капитала необходимы и от турбизнеса, создающего совместно с общественными организациями турпродукт новой цепочки взаимной ценности и развивающего на него спрос.

Общность проблем дефицита человеческого капитала для научных институтов и кадров для научно-популярного туризма рождает необходимость синхронизации их взаимной интеграции и обогащения. В детском и молодежном направлении научно-популярного туризма обеспеченность человеческим капиталом позволяет эффективно решать социально-профориентационные задачи. Оснащение же турпродукта элементами гражданской науки для взрослой и семейной аудитории придает ему дополнительную ценность, и премию за уникальный опыт готов платить путешественник с высокой степенью насмотренности и стремлением к «умному досугу».

Список источников

1. Белякова Н.Ю., Подъячева В.Е. Человеческий капитал в туризме с позиции нетуристского бизнеса: тенденции новых кадровых запросов // Вестник РМАТ. 2024. № 3. С. 25–34.

2. Вице-президент РАН сообщил о потере страной 50 тысяч научных сотрудников за пять лет // Интерфакс. URL: https://www.interfax.ru/amp/902007 (дата обращения: 05.06.2025).

3. Дмитрий Чернышенко: Утвержден ГОСТ по научно-популярному туризму // Правительство России. URL: http://government.ru/news/53914/ (дата обращения: 06.06.2025).

4. Кадровый голод и рост зарплат: как поменялся рынок труда и что его ждет / РБК. URL: https://www.rbc.ru/economics/05/01/2024/6589738d9a794798dc106898 (дата обращения: 19.05.2025).

5. Кадры в Арктике. Арктические специалисты // Пора в Арктику. URL: https://goarctic.ru/opinions/nataliya-belyakova-nuzhno-uskorit-podgotovku-kadrov-dlya-turisticheskoy-otrasli/ (дата обращения: 06.06.2025).

6. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Минобрнауки России 25.01.2023 № ВФ/1-Кн) // КонсультантПлюс. URL: https://ficuuh.ru/wpcontent/uploads/2023/02/ (дата обращения: 05.06.2025).

7. Куда поехать // Русское географическое общество. URL: https://rgo.ru/activity/travel-list/filter/tour_label-is-rgo/apply/ (дата обращения: 06.06.2025).

8. Мильнер Б.З. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. М.: Инфра-М, 2010. С. 38–41, 123–126 и др.

9. Научная Камчатка: РГО представляет экспедиционные путешествия в Кроноцкий заповедник // Русское географическое общество. URL: https://rgo.ru/activity/redaction/news/nauchnaya-kamchatka-rgo-predstavlyaet-ekspeditsionnye-puteshestviya-v-kronotskiy-zapovednik/ (дата обращения: 06.06.2025).

10. Национальные проекты. URL: http://government.ru/rugovclassifier/section/2641/ (дата обращения: 19.05.2025).

11. Никанорова А.Д., Белякова Н.Ю. Модели организации арктического туризма и человеческий капитал как фактор их развития в национальном парке «Русская Арктика» // Вестник РМАТ. 2024. № 3. С. 118–131.

12. Нуреев Р.М. Периферия мирового хозяйства // Terra economicus. 2014. Т. 12, № 1. С. 123–149.

13. Туризм и сопутствующие услуги. Научно-популярный туризм. Общие требования // Федеральное агентство по техническому регулирова-

нию и метрологии. URL: https://protect.gost.ru/v.aspx, ст. 11.2.4 (дата обращения: 06.06.2025).

14. Федеральный закон от 18 марта 2023 года № 77-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. URL: https://rg.ru/documents/2023/03/19/fz77-site-dok.html (дата обращения: 06.06.2025).

УДК 77:338.48

Кинопроизводственные кластеры как новый вид туристских дестинаций

А.И. Богун[1], Ю.А. Дмитриева[2], А.Я. Кудакаев[3]
[1]Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова, Москва, Россия
[2, 3]Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются кинопроизводственные кластеры как современный тип туристских дестинаций, сочетающий элементы киноиндустрии и туризма. Проведен анализ форм кинотуризма, условий формирования кинокластеров, их влияния на социально-экономическое развитие регионов, а также отечественного и зарубежного опыта. Выявлены ключевые факторы успешного создания кинокластеров, предложены направления развития данной сферы в России. Статья демонстрирует, что кинокластеры могут служить мощным инструментом регионального экономического роста, культурной идентичности и туристской привлекательности.

Ключевые слова: кинопроизводственный кластер, кинотуризм, киноиндустрия, туристская дестинация, кинокомиссия, мультипликативный эффект

© Богун А.И,, Дмитриева Ю.А., Кудакаев А.Я., 2025

Film production clusters as a new type of tourist destinations

A.I. Bogun[1], Y.A. Dmitrieva[2], A.Y. Kudakaev[3]
[1]Russian State University of Cinematography named after S. Gerasimov (VGIK), Moscow, Russia
[2, 3]Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Abstract. This article examines film production clusters as a modern type of tourist destination that combines elements of the film industry and tourism. The analysis covers forms of film tourism, conditions for the formation of film clusters, their impact on socio-economic development of regions, as well as domestic and international experience. Key factors for the successful creation of film clusters are identified, and directions for the development of this area in Russia are proposed. The article demonstrates that film clusters can serve as a powerful tool for regional economic growth, cultural identity, and tourist attractiveness.
Keywords: film production cluster, film tourism, film industry, tourist destination, film commission, multiplier effect

Введение

Развитие киноиндустрии и туризма в последние десятилетия стало неотъемлемой частью стратегии социально-экономического развития многих регионов мира [7]. Кинопроизводственные кластеры представляют собой географически сосредоточенные комплексы, объединяющие компании и организации, связанные с созданием аудиовизуального контента. Они выступают не только как центры производства фильмов, но и как новые туристские дестинации, способные привлечь как деловых, так и массовых туристов [8].

Целью данной статьи является исследование особенностей формирования и функционирования кинопроизводственных кластеров как туристских объектов, а также их влияния на экономику и культуру регионов.

Для достижения цели были использованы теоретический анализ, обобщение научной литературы и статистические данные о кинопроизводстве и туризме.

Результаты исследования

С точки зрения теории и практики туризма путешествия, связанные с кино (аудиовизуальной продукцией), мало изучены. При наличии достаточно большого количества публикаций с упоминаниями “film tourism”, “movie tourism” или “film induced tourism” почти все они

посвящены исключительно маркетингу территорий. Работ по туризму, экономике или экономической географии, связанных с кинотуризмом, практически нет [14]. На основе собственных и более ранних исследований [13] авторы предлагают следующее определение: кинотуризм – форма туризма, связанная с просмотром кинофильмов и посещением мест, имеющих отношение к кино.

Еще одна необходимая оговорка связана с тем, что цели путешествий, связанных с кино, могут существенно отличаться. Соответственно будут отличаться сроки и расходы на путешествие (а следовательно, и доход территории). Можно выделить как минимум три вида кинотуризма:

- Киноиндуцированный туризм – поездки в места съемок известных фильмов (разновидность культурно-познавательного туризма);
- Кинодистрибуционный туризм – поездки для участия в кинофестивалях, кинопоказах и кинорынках (разновидность делового туризма, связанного с предпринимательской деятельностью);
- Кинопроизводственный туризм – поездки, непосредственно связанные с технологическим процессом создания кино (разновидность делового туризма, связанного с производством товаров и услуг).

По поводу последнего стоит отметить существующую в нашей стране терминологическую и правовую коллизию: «Можно ли считать туристом лицо, временно выехавшее для производства тех или иных работ в иную местность, но получающего доход (оплату за свою работу) по основному месту жительства?». Основная позиция государственных органов состоит в том, что такие поездки туризмом не являются, имеются отличия по налогообложению таких поездок (обязанность начисления НДС). Однако фактически в учете экономических показателей предприятий туриндустрии доходы от деловых поездок и туризма никак не разделяются.

В рамках своего исследования авторы считают допустимым рассматривать таких путешественников как туристов, поскольку они пользуются коллективными средствами размещения, транспорта и общепита, пользуются другими платными услугами и не получают доходов от предприятий на территории временного пребывания. То есть, с точки зрения местной экономики, путешествия этих людей аналогичны иным видам туризма.

Возвращаясь к киноиндуцированному туризму, обычно приводят такие примеры, как путешествия для посещения мест по теме «Гарри Поттера»: платформа 9¾ на станции Кингс Кросс, Улица Лиденок, студия Warner Bros, Studio Tour London – The Making of Harry Potter и другие объекты. Однако Великобритания и без таких

туров является очень популярным направлением. Вклад в туризм конкретного фильма, пусть даже и «Гарри Потера», интересен как инструмент маркетинга территории, но не более того.

Гораздо реже в исследованиях речь идет о том, что тот или иной фильм сформировал или усилил интерес самодеятельных индивидуальных туристов к той или иной местности, а уж потом, на основе этого неорганизованной массы путешественников, вырастает местная туриндустрия, на базе которой формируется уже организованный турпоток. Впоследствии туристы, посещающие такие места, часто вообще не видели того фильма, с которого все начиналось, а иногда даже и не слышали про него. Так было с Руандой (фильм «Гориллы в тумане», 1988 г.) и российской Териберкой (фильм «Левиафан», 2014 г.). Непосредственные места съемок обычно остаются объектами туристского показа (экскурсионного обслуживания), но их посещение не является собственно основной целью поездки. Таким образом, отдельные фильмы, через создание для зрителей визуального образа ранее малоизвестной территории, могут стать начальным драйвером формирования туристской дестинации. А в дальнейшем дестинация развивается уже благодаря иным каналам продвижения. Но есть и те места, где фильмы снимаются постоянно.

Кинопроизводственный кластер (кинокластер) – это географическая концентрация взаимосвязанных компаний и организаций в области киноиндустрии, включая продюсерские компании, студии звукозаписи, павильоны для съемок, постпродакшн-компании и другие структуры. Встречается также синонимичный термин «кинотерритория».

Кинокластеры бывают двух типов:

- производящие кинокластеры – занимаются полным циклом создания фильма;
- сервисные кинокластеры – предоставляют услуги на этапе натурных или павильонных съемок, а также постпродакшн [9].

Для эффективного функционирования кинокластера необходимы следующие условия:

- Благоприятный климат (большое количество солнечных дней, наличие сезонов стабильной погоды);
- Разнообразие культурных и природных ландшафтов;
- Транспортная доступность;
- Наличие местной индустрии культуры и развлечений (обеспечение местными творческими кадрами и вспомогательными производствами);

• Развитая туристская инфраструктура (гостиницы, рестораны, транспорт);

• Поддержка со стороны государства и местных властей;

Легко заметить, ровно те же условия необходимы для развития других видов массового туризма. Согласно исследованиям Хадсона и Ричи (2006), кинокластеры укрепляют связи между киноиндустрией и туриндустрией, способствуя развитию совместных маркетинговых кампаний и инициатив [13].

Наиболее крупными кинокластерами являются Голливуд (США) и Болливуд (Индия), где сложилась мощная инфраструктура киноиндустрии [15]. Однако за пределами этих традиционных центров успешно развиваются кинокластеры в Великобритании, Франции, Австралии и других странах.

Примером может служить обширный кинокластер в Великобритании, который стал ядром туристского развития региона, обеспечив развитие транспорта, гостиниц и ресторанов, особенно в районах съемок франшизы «Гарри Поттер» и других блокбастеров [17].

В России кинокластеры пока находятся на начальном этапе развития. Тем не менее, есть успешные примеры, такие как кинокластер в Краснодарском крае, где съемки фильма «Горько» принесли региону около 30 млн рублей [4]. Стоит отметить быстро развивающийся Московский кинокластер. Перспективными считаются территории в Пермском крае и Санкт-Петербурге [5].

Кинокластеры оказывают значительное влияние на развитие региона. И это не только и не столько развитие дестинации за счет увеличения мест показа или продвижение образа территории. Они позволяют уменьшить фактор сезонности для коллективных средств размещения и другой туристской инфраструктуры. Благодаря функционированию кинокластеров формируется спрос на услуги предприятий креативных индустрий (сервисных предприятий высокой прибавочной стоимости), т.е. создаются условия для диверсификации занятости населения с созданием высокооплачиваемых рабочих мест без существенного роста нагрузки на инфраструктуру. А они, в свою очередь, создают возможность для развития смежных направлений деятельности в виде различных развлекательных учреждений (тематические развлекательные парки, театры, варьете и т.п). Они же формируют спрос на подготовку кадров.

Важно, что все это сопровождается притоком капитала в регион, поскольку производство аудиовизуальной продукции обычно имеет то или иное внешнее финансирование. Можно привести следующие примеры:

• Создание рабочих мест: в Голливуде занято до 2 млн человек ежегодно;

• Развитие малого бизнеса: в Джорджии (США) количество МСП увеличилось на 83% за счет предприятий аудиовизуальной сферы;

• Увеличение инвестиций: в штате Миннесота инвестиции в местную киноиндустрию выросли на 20% после создания кинокластера;

• Развитие культуры: в Шотландии после создания кинокластера количество культурных организаций выросло на 30% [17].

Таким образом, создание кинокластера оказывает множественный (мультипликативный) эффект на экономику региона:

• Прямые доходы от собственного кинопроизводства и оказания услуг производителям контента из других регионов и стран;

• Косвенные доходы от сопутствующих услуг (гостеприимство, торговля, транспорт);

• Увеличение узнаваемости региона;

• Развитие образования и подготовки кадров;

• Рост числа туристов и повышение уровня жизни населения [9].

Выводы

Кинопроизводственные кластеры представляют собой уникальную форму сочетания киноиндустрии и туризма, способную существенно повлиять на социально-экономическое развитие регионов. На основе анализа отечественного и зарубежного опыта можно сделать вывод, что такие кластеры требуют системного подхода к планированию, государственной поддержки и развитию инфраструктуры. При соблюдении всех условий кинопроизводственные кластеры могут стать мощным инструментом экономического роста, культурного развития и повышения туристской привлекательности регионов.

Список источников

1. Анисимова В.В., Романова И.А. Кинотуризм в России: понятия, тенденции и проблемы // Ученые записки Крымского федерального университета. 2020. Т. 6 (72), № 2.

2. Белова Е.Д. География мировой киноиндустрии как части креативной экономики // МГУ имени М.В. Ломоносова, 2021. URL: https://www.dissercat.com/content/geografiya-mirovoi-kinoindustrii-kak-chasti-kreativnoi-ekonomiki-i-faktora-razvitiya-drugikh (дата обращения: 01.05.2024).

3. Интернет-журнал Prad Media. Этапы кинопроизводства. // prad-media.ru, 2024. URL: https://prad-media.ru/stages-of-film-production/ (дата обращения: 02.03.2024).

4. Кинокомиссия Краснодарского края, 2024. URL: https://kinokray.ru/index.php/ru/ (дата обращения: 01.05.2024).

5. Кинокомиссия Пермского края, 2024. URL: https://www.filminperm.ru/ (дата обращения: 02.05.2024).

6. Киуру К.В., Линьков С.В. Кино: история, жанры, технологии. Челябинск: ЧИППКРО, 2023.

7. Комитет по развитию кинотуризма. URL: https://ocig.ru (дата обращения: 01.05.2024).

8. Косинова М.И., Горшкова А.А. Кластерный подход в киноиндустрии // Вестник университета. 2022. № 11. С. 94–101.

9. Ланина Л.А., Малышев А.В., Ромодановская Н.Б. Анализ развития аудиовизуального кластера в регионе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2020. Т. 13, № 6.

10. Леонтьева К. Как российские регионы поддерживают кино сегодня // Синемаскоп. 2019. № 66.

11. Ухов И.Р. Кластер как элемент развитой региональной экономики, 2008. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/klaster-kak-element-razvitoy-regionalnoy-ekonomiki (дата обращения: 25.04.2024).

12. Федеральная служба государственной статистики. Статистический сборник по туризму, 2023. URL: http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2023.pdf (дата обращения: 02.03.2024).

13. Хадсон С., Ричи Б.В. Туризм, связанный с кино // Journal of Travel Research. 2006.

14. Янкович А.И. Международный кинотуризм как драйвер межкультурного обмена и экономического развития // Вестник Российского нового университета. 2019. № 2. С. 77–82.

15. Internet Movie Database (IMDb). Бюджеты и сборы популярных фильмов, 2024. URL: https://www.imdb.com/list/ls566985815/ (дата обращения: 25.04.2024).

16. Osácar-Marzal E., Beltrán-Bueno M.A., Parra-Meroño M.C. Analysis of the Impact of Film Tourism on Tourist Destinations // Academy of Strategic Management Journal, 2021.

17. The economic value of the Screen sector in Scotland in 2021. URL: https://www.screen.scot/binaries/content/assets/screen-scot/funding--support/research/economic-value-of-the-screen-sector-in-scotland-in-2021/full-report-economic_value_of_screen_sector_in_scotland_2021_2023-08-21-1.pdf (дата обращения: 21.02.2024).

УДК 615.8

Клиентоориентированость развития санаторно-курортных комплексов России в современных условиях

Ю.В. Гаврилова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Рассмотрены основная суть и важность потребности человека в отдыхе. Анализируется, почему понятие отдыха в санаторно-курортных комплексах устарело, а также важность развития клиентоориентированности в санаторно-курортных комплексах. Приведены способы, позволяющие разнообразить или улучшить отдых в России. Показано, как развитие санаторно-курортного отдыха в России связано с экономикой нашей страны в нынешних условиях.
Ключевые слова: санаторно-курортные комплексы, клиентоориентированность развития комплексов, оздоровительный процесс, бальнеологическое лечение, климатолечение, грязелечение

Customer-oriented development of Russian sanatorium-resort complexes in modern conditions

Yu.V. Gavrilova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Let's consider the basic essence and importance of a person's need for rest. Why is the concept of recreation in sanatorium-resort complexes outdated? The importance of developing customer orientation in sanatorium-resort complexes. What ways can you diversify or improve your vacation in Russia? How the development of sanatorium-resort recreation in Russia is inextricably linked with the economy of our country in the current conditions.
Keywords: sanatorium-resort complexes, client-oriented development of complexes, client-centric development of complexes, wellness process, balneological treatment, climatotherapy, mud treatment

Отдых – это неотъемлемая часть в жизни каждого человека. После хорошего отдыха человек способен решить все свои проблемы и найти новый выход из сложной ситуации.

© Гаврилова Ю.В., 2025

Изначально санаторно-курортный отдых имеет реабилитационный характер. Ключевым моментом является использование природных лечебных факторов совместно с другими немедикаментозными способами.

Изучение воздействия природы на организм человека помогло расширить диапазон их применения и стало основой для создания новых технологий физиотерапевтических и бальнеотехнических аппаратов. Оздоровительный процесс происходит за счет воздействия на организм климата, природы, источников природных минеральных вод и грязей.

Главными методами санаторно-курортного оздоровления являются бальнеотерапия, грязелечение, климатолечение, лечебная физкультура и лечебное питание.

Последнее время потребитель стал усиленно интересоваться санаторно-курортной отраслью, и очень активно во время пандемии. Многие санатории, к сожалению, со временем закрылись, пандемия стала отступать, выезд за рубеж российскому потребителю стал невозможен из-за закрытия границ. Такая ситуация подтолкнула интерес к российским здравницам и развитию внутреннего туризма. На сегодняшний день спрос на эти услуги очень возрос по сравнению с предыдущими годами.

Организациям санаторно-курортной отрасли важно представить наличие надежных и эксклюзивных партнеров, готовых создавать уникальные продукты, отвечающие пожеланиям постоянных гостей. Уникальность заключается в применении передовых технологий с одновременным упором на природные лечебные факторы региона местонахождения санатория.

После рекордного 2024 года, когда был зафиксирован пик туристского потока, эксперты отмечают замедление роста спроса на санаторно-курортный отдых. Евгений Терентьев, представляющий Национальную курортную ассоциацию и проект Санатории-России.рф, объясняет это стабилизацией рынка и выравниванием спроса и предложения, что, по его мнению, является позитивным сигналом для отрасли. В некоторых регионах наблюдается даже снижение спроса [4].

В 2024 году россияне активно инвестировали в свое здоровье и отдых, потратив за январь – ноябрь на санаторно-курортные услуги 2,2 триллиона рублей. По данным исследования бренд-медиа Т-банка «Бизнес-секреты», этот показатель стал больше на 17,5%, чем за такой же период прошлого 2023 года [1].

Главным поводом повышения издержек явилось увеличение спроса россиян на санатории и повышенная цена на путевки.

В ходе проведенного исследования было выявлено, на какие санатории пришлись наибольшие траты россиян: на первом месте – Краснодарский край (55 миллиардов рублей), на втором месте – Ставропольский край (36 миллиардов рублей), на третьем – Крым (13,8 миллиарда рублей), далее идут Московская область (12,2 миллиарда рублей) и Татарстан (9,6 миллиарда рублей). Исследование основано на данных Росстата, реестра МСП и сервиса бронирования «Островок» [6, 7, 8].

«Во многом такой объем платных услуг объясняется количеством санаториев в каждом из регионов и популярностью южных направлений для отдыха россиян» – говориться в исследовании [Там же].

Пик посещаемости российских санаториев приходится на летние месяцы, что вполне объяснимо. Летние месяцы 2024 года (июль и август) продемонстрировали значительный подъем в сфере услуг, с общим объемом 82,6 миллиарда рублей. Этот показатель существенно опережает весенний (48,6 миллиарда рублей, рост на 70%) и осенний (74,6 миллиарда рублей, рост на 11%). Анализ спроса показывает, что санатории особенно востребованы среди пар, не имеющих детей, и тех, кто предпочитает путешествовать в одиночку [6].

Несмотря на рост средней стоимости ночи в санатории до 8 050 рублей (увеличение на 7%), средняя продолжительность бронирования в 2024 году осталась неизменной и составила 3 ночи. При этом наблюдался значительный рост спроса: на 25% среди соло-туристов и на 10% среди пар без детей [Там же].

Это веяние лишний раз подтверждает, насколько важен отдых для нашего организма, нашей психики и нашей социальной жизни.

Так что же такое клиентоориентированность развития санаторно-курортных комплексов?

Клиентоориентированность санатория означает, что он ставит во главу угла потребности и комфорт своих гостей. Санаторий, ориентированный на клиента, стремится удовлетворить потребности гостей и создать для них приятную атмосферу.

Клиентоориентированность проявляется в нескольких ключевых аспектах:

1. *Функциональный аспект.* Это профессионализм и компетентность сотрудников, их чуткое отношение к потребностям клиентов, предоставление необходимой информации и минимизации времени ожидания.

2. *Материальный аспект.* Сюда относится поддержание чистоты и порядка, обеспечение готовности предоставляемых ресурсов

(например, номеров), качество питания и наличие необходимого оборудования (например, медицинского).

3. *Организационный аспект*. Этот аспект отражает слаженность работы всех подразделений организации, направленную на качественное обслуживание клиентов.

Главная цель клиентоориентированного подхода в санатории – это создание прочной связи между клиентом и учреждением, ведущей к его приверженности и повторным визитам.

Клиентоориентированный подход позволяет предоставлять более качественный сервис, что, в свою очередь, приводит к улучшению бизнес-процессов и росту доходов компании.

В Послании Федеральному собранию от 21 февраля 2023 года [5] Президент Российской Федерации определил стратегию по реализации очень масштабной программы социально-экономического развития страны. Высшим национальным приоритетом остается сбережение и приумножение народа России. Исходя из этого, развитие санаторно-курортного комплекса, его медико-социальная значимость вновь становятся ведущими факторами в лечении самых разнообразных заболеваний, их профилактике, реабилитации и сохранении здоровья граждан.

Данная стратегия направлена на решение общенациональных задач по развитию уже имеющихся курортов России, а также обусловливает необходимость создания новых курортов Сибири, Арктики и Дальнего Востока, т.е. необходимость развития всех направлений и регионов страны.

Почему клиентоориентированность именно сейчас так важна для современных санаториев?

Леонид Аронович Тубин, к.т.н., генеральный директор Научно-производственной компании по производству бальнеологических средств и спа-косметики «ГИТТИН» считает, что, с одной стороны, российский рынок испытывает некий шок после того, как с рынка ушли ряд иностранных брендов, а с другой – он перенасыщен новыми товарами. «И вот для такой ситуации очень характерно желание опереться на какие-то базовые критерии определения качества продукции и услуг. Потребитель отдает предпочтение производителям, которые умеют просто и логично продемонстрировать полезность, объяснить базовую технологию, обосновать соответствие цены/качества», – говорит он [3].

Ольга Викторовна Тимашпольская, директор по стратегическому развитию и маркетингу Национальной курортной ассоциации, поясняет: «Организациям санаторно-курортной отрасли важно

представить наличие надежных и эксклюзивных партнеров, готовых создавать уникальные продукты, отвечающие пожеланиям постоянных гостей. Уникальность заключается в применении передовых технологий с одновременным упором на природные лечебные факторы региона местонахождения санатория» [3].

Также она отмечает, что «сегодня у санаторно-курортных комплексов России абсолютно другой клиент (потребитель): он требовательный, с повышенным уровнем нервозности, сконцентрированный на быстром определении и решении своих проблем, с запросом на высокий уровень качества лечения и обслуживания» [Там же].

Изменения в санаторно-курортных комплексах России коснулись всех сфер управления организаций санаторно-курортной отрасли. Поэтому одним из приоритетных стратегических направлений развития санаторно-курортных комплексов России в современных условиях видится формирование системного развития отрасли через создание и внедрение современных инструментов достижения высокого уровня качества и клиентоориентированности во всех регионах России.

Важным событием для санаторно-курортной отрасли станет Всероссийский форум «Здравница – 2025», который пройдет с 9 по 11 июня 2025 года в Технопарке «Сколково» (Москва). Форум, организованный Национальной курортной ассоциацией, возглавляет академик РАН Александр Николаевич Разумов [2].

Форум пройдет при активном участии Государственной думы и Совета Федерации Федерального собрания РФ, Управления делами Президента РФ, Министерства здравоохранения РФ и ряда других государственных ведомств. Широкая поддержка со стороны государства подтверждает его высокий статус.

Вот уже 25 лет данный форум ежегодно проводится в целях развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, расширения его возможностей в здоровьесбережении, клиентоориентированности, национальной безопасности, восстановлении здоровья, формирования культуры и управления здоровьем.

Форум «Здравница» предоставляет уникальную возможность участникам обменяться передовым опытом, обсудить актуальные вопросы и найти эффективные решения, которые будут направлены на дальнейшее развитие санаторно-курортного потенциала.

Всероссийский форум «Здравница» – многофункциональное экспертное мероприятие, которое объединяет профессионалов санаторно-курортной отрасли и способствует комплексному разви-

тию – от повышения научного уровня и инвестиционной привлекательности до улучшения клиентского сервиса и увеличения экспорта медицинских и туристских услуг, что к конечном итоге положительно влияет на развитие регионов.

Список источников

1. Бизнес секреты – медиа о бизнесе от Т-банка. URL: https://secrets.tbank.ru (дата обращения: 15.04.2025).

2. Национальная курортная ассоциация. Всероссийский форум «Здравница-2025». URL: https://rusnka.ru/vserossijskij-forum-zdravnitsa-2025 (дата обращения: 14.04.2025).

3. Портал & журнал «Пространство Здоровья SpaceHEALTH & HealthGLOBAL». URL: https://healthglobal.ru/about-sh/ (дата обращения: 14.04.2025).

4. Портал бронирования путевок. URL: https://санатории-россии.рф (дата обращения: 14.04.2025).

5. Послание Президента РФ Федеральному собранию от 21.02.2023. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/49010 (дата обращения: 15.04.2025).

6. Сервис бронирования отелей и гостиниц. URL: https://ostrovok.ru (дата обращения: 14.04.2025).

7. Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: https://ofd.nalog.ru/ (дата обращения: 14.04.2025).

8. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru (дата обращения: 14.04.2025).

УДК 37:338.48

Актуальные вопросы подготовки кадров для туристских агентств в условиях современных вызовов

Е.О. Головина
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы подготовки кадров для туристских агентств в современных условиях развития туристской отрасли. Обозначаются основные проблемы и пути их решения. А также выделяется значение турагентов для успешной организации отдыха туристов, соответствие их квалификации требованиям индустрии, как ключевых специалистов в сфере продаж туристских услуг.
Ключевые слова: менеджер по туризму, образование, турагент, туризм, туристское агентство, туристский продукт, туристские услуги

Current issues of personnel training for travel agencies in the context of modern challenges

E.O. Golovina
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article discusses current issues of personnel training for travel agencies in the modern conditions of the tourism industry development. The main problems and ways to solve them are outlined. It also highlights the importance of travel agents for the successful organization of tourists' holidays, their qualifications meeting the requirements of the industry, as key specialists in the field of sales of travel services.
Keywords: tourism manager, education, travel agent, tourism, travel agency, travel product, travel services

Перспективы дальнейшего динамичного развития туристской сферы обусловливают повышение требований к качеству туристских услуг, их соответствие самым высоким международным стандартам. Вместе с тем необходимо понимать, что качество данных услуг требует слаженной работы множества субъектов: турагентов, тур-

© Головина Е.О., 2025

операторов, отельеров, перевозчиков, иных физических и юридических лиц, органов государственной власти.

Однако, как отмечали исследователи еще в предыдущем десятилетии, насущной проблемой предоставления туристских услуг является их качество, которое напрямую зависит от компетенции кадров, работающих в данной сфере [1, с. 803]. И такая проблема в середине 2020-х годов еще более актуализируется в свете значительного расширения спектра туристских услуг, формирования новых видов продуктов, которые удовлетворяют высокие требования различных категорий туристов, учитывая их пожелания. В данном контексте особая роль отводится субъектам предпринимательской деятельности – представителям туристских агентств, которые первые взаимодействуют с туристами, информационно сопровождая их на всех этапах выбора, от оформления туристской поездки и дальнейшего сопровождения в место проведения отдыха до успешного возвращения домой.

Несмотря на значимость кадровой составляющей деятельности турагентств, этому компоненту не всегда уделяется должное внимание. Конечно, рынок труда в туристской сфере охватывает множество специальностей, таких как менеджеры туристских компаний, отельные работники (управляющие, администраторы, горничные), экскурсоводы, трансфермены, представители принимающих компаний и другие, но именно турагенты имеют наиболее длительное взаимодействие с туристами. Поэтому вопросы подготовки кадров для туристских агентств должны постоянно находиться в поле зрения всех участников туристской отрасли, представителей государства, работодателей и профильных учебных заведений, особенно в условиях современных вызовов.

Исходя из этого значимым является детальное изучение вопросов подготовки кадров для туристских агентств. Согласно российскому законодательству турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем [3]. Таким образом, туристское агентство – это первая компания из цепочки организаций, в которую обращается клиент на этапе планирования своего отдыха.

Уровень удовлетворенности клиента от путешествия во многом обусловлен верно выбранным туристским продуктом (направление, отель, транспортная компания, дополнительные услуги), его соответствием заявленным критериям, а также финансовым возможностям. Менеджер туристского агентства не может влиять на оконча-

тельное решение по выбору клиентом того или иного туристского продукта, но к его основным обязанностям отнесутся выявление потребностей клиента на этапе подбора тура и формирования предложений, грамотное оформление туристского продукта (составление договора, формирование бронирования, внесение паспортных данных, выдача необходимых для поездки документов), информационное сопровождение и поддержка клиента на всех этапах поездки. Также оперативное корректирование, при необходимости, процесса обслуживания и внесение изменений в выбранный туристский продукт, добиваясь полного удовлетворения каждого потребителя предоставленным сервисом [1, с. 804].

Таким образом, главная цель туристской компании, чтобы клиент остался доволен от организации отдыха, обратился в последующем повторно в данную организацию и рекомендовал своим знакомым. И важная составляющая в данном процессе отводится именно сотрудникам туристских агентств, выполняющим значительный объем работы по взаимодействию с туристами, обеспечению их сопровождения на всех этапах организации отдыха. Обозначенное еще более актуализирует проблему подготовки кадров для туристских агентств, их соответствия современным требованиям.

В наше время принято выделять два подхода к обучению специалистов туристской отрасли: традиционный и современный. К традиционному подходу можно отнести устоявшуюся систему среднего и высшего профессионального образования, а также дополнительное образование, как правило, включающее в себя специализированные курсы и тренинги. Среди традиционных методов обучения выделяют лекции, семинары, конференции [2, с. 27].

К современному подходу обучения менеджеров по туризму, на наш взгляд, можно причислить рекламно-информационные туры, которые посещают менеджеры турагентства по актуальным направлениям, где непосредственно и наглядно изучают отельную базу, обмениваются контактами с представителями отелей, знакомятся на собственном опыте с особенностями страны, курорта. Также к современным методам обучения туристских агентов можно отнести различные обучающие платформы, вебинары, посещение отраслевых мероприятий (семинаров, воркшопов, бизнес-завтраков, международных туристских выставок).

Значительные усилия руководства туристского агентства должны быть направлены на подбор кадров (менеджеров по туризму), в том числе из числа выпускников профильных учебных заведений, их профессиональную подготовку, переподготовку и повыше-

ние квалификации. Так как менеджер является ключевой фигурой в предоставлении туристского продукта (услуги) потребителю, то и качество обслуживания, качество предоставления сервиса, общее впечатление о туристской компании зависит от профессиональной подготовки менеджеров [1, с. 803]. И как показывает опыт работы туристских агентств за последние годы, обозначенные требования и личные качества сотрудников турагентств не утрачивают своей значимости.

Многие лидирующие на рынке туристские компании, сети турагентств, работающие по франшизе, и независимые агентства внедряют собственные стандарты обслуживания клиента, т.е. определенный комплекс обязательных для исполнения менеджерами правил обслуживания потребителей [1, с. 803]. Данные стандарты работы вводятся с помощью различных инструментов и современных технологий, таких как обучающие тренинги, семинары, вебинары, применение скриптов общения с клиентами и технологий продаж, а также использование CRM-систем, в которых фиксируется вся необходимая информация для работы с клиентом, начиная от первого обращения, заканчивая непосредственно моментом поездки и повторными обращениями, где на каждом этапе работы с туристом прописан определенный алгоритм и уведомления о необходимости совершения тех или иных действий в установленные сроки. Внедрять в работу с клиентом данные новшества для новых менеджеров значительно проще, если они уже владеют соответствующими знаниями и умениями, пониманием, как функционирует туристская компания. Такого рода компетенциями должны обладать выпускники всех профильных учебных заведений, а не только работники отрасли.

Большую ценность в работе менеджеров по туризму играют знания техник продаж, особенностей общения с клиентами, умение в диалоге распознавать психологический портрет туриста, целевую направленность, а также выявлять основные потребности и пожелания. К сожалению, данным моментам в профильных учебных заведениях мало уделяют внимание, по большей степени студентов готовят как экспертов-консультантов по туризму, а все же на практике их главная задача не просто подобрать отдых по запросу клиента и провести консультацию, а реализовать данный туристский продукт и принести прибыль предприятию.

Туристские агенты как ключевые специалисты в сфере продаж туристских услуг должны обладать не только базовыми знаниями, но и современными компетенциями, соответствующими требовани-

ям индустрии. Выделим ключевые компетенции, которыми должен обладать менеджер туристского агентства для успешного функционирования туристской компании, непосредственно взаимодействующий с клиентами:

- обширные знания актуальных направлений отдыха, с которыми работает турагентство, в том числе географическое расположение курортов, их сезонность, основные достопримечательности, транспортная доступность, полетные программы и другие нюансы;
- знание информации об отельной базе, в частности о расположении объекта (удаленность от моря, гор, центра города или основных достопримечательностей), инфраструктуре отеля (наличие собственного пляжа, ресторанов, бассейнов, аквапарка, развлечений), типах питания;
- сведения об основных партнерах, с которыми сотрудничает компания и чьи продукты реализует, – туристских операторах, авиакомпаниях, принимающих компаниях, страховых организациях и др.;
- ориентирование в ценообразовании – формировании стоимости пакетных туров, индивидуальных туров, тарифов авиакомпаний и отелей, прямой зависимости стоимости зарубежных туров от колебаний курсов валют;
- навыки работы в системах бронирования туристских операторов, авиакомпаний, агрегаторов по поиску отелей;
- знания о паспортных и визовых формальностях;
- знание техник общения с клиентами и технологий продаж туристских продуктов и услуг.

Рассмотрим основные вопросы и сложности подготовки специалистов для туристских агентств в современных условиях.

Так, одной из первостепенных проблем является отсутствие системного подхода во многих образовательных учреждениях, а также на базах предприятий, особенно это касается более удаленных по расположению от крупных городов населенных пунктов: несоответствие учебных планов реальным потребностям рынка; недостаточная взаимосвязь теоретических знаний с практической деятельностью; слабая интеграция международного опыта в образовательные программы.

Еще одной причиной, усложняющей обучение сотрудников для туристских агентств, являются устаревшие образовательные технологии, которые проявляются в следующих моментах: преобладание традиционных форм обучения; медленная разработка и внедрение новых дисциплин, отвечающих современным требованиям (к при-

меру, предметы по цифровому туризму, разработка индивидуальных и авторских туров, психология продаж с детальным изучением целевого портрета клиента туристского агентства); игнорирование особенностей современной студенческой аудитории, а также недостаточное использование цифровых инструментов.

Во многих учебных заведениях недостаточно внимания уделяется практической подготовке будущих специалистов: формальное привлечение работодателей к образовательному процессу; отсутствие тесной связи между теоретическими дисциплинами и профессиональной деятельностью; неэффективная организация стажировок и практик, имеющих номинальный характер.

В качестве путей решения выявленных проблем следует предложить следующие шаги:

- модернизация образовательных программ путем внедрения международных стандартов, развития системы «двойных дипломов», когда специалист обучатся на разных специальностях, например в сфере туризма и в сфере маркетинга, либо углубленно изучает бизнес-процессы; организация стажировок для преподавателей и студентов, как международных, так и межрегиональных;
- внедрение инновационных подходов, включающих использование цифровых образовательных технологий, проектного обучения, развитие дистанционного формата обучения с применением видео- и аудиолекций;
- усиление практической направленности путем увеличения доли практических занятий, привлечения опытных специалистов-практиков, организация совместных проектов с туристскими компаниями.

В современных условиях особую актуальность приобретает подготовка специалистов нового формата: персональный специалист по отдыху, организатор индивидуальных туров вместо классических турагентов, бренд-менеджеры туристского пространства, специалисты по разработке интеллектуальных туристских систем, эксперты в области дизайна дополненной реальности территорий.

Для повышения качества подготовки сотрудников туристских компаний необходимо комплексное решение выявленных проблем через модернизацию образовательных программ, внедрение инновационных технологий и усиление практической направленности обучения. Особое внимание следует уделить развитию цифровых компетенций и подготовке специалистов нового формата, соответствующих современным требованиям туристской индустрии.

Реализация предложенных мер позволит создать эффективную систему подготовки квалифицированных специалистов, способных успешно работать в условиях динамично развивающегося туристского рынка, как международного, так и внутрироссийского.

Список источников

1. Иванова Е.В. Подготовка и повышение квалификации менеджеров турагентств в предоставлении сервисных услуг // Теория и практика современной науки. 2016. № 3(9). С. 802–808.

2. Ковалева Я.С. Особенности подготовки кадров в отрасли туризма // Вопросы науки и образования. 2020. № 40(124). С. 25–35.

3. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 1996 г. № 49. Ст. 5491.

УДК 72.036

Проблемы освоения городского пространства в советский период (на примере территорий Иркутской области)

Т.М. Королева
Севастопольский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова, Севастополь, Россия

Аннотация. В статье рассмотрен процесс урбанизации на примере появления нового города в Иркутской области – Братска. Показано влияние промышленного освоения территории Иркутской области на демографическое развитие города Братска в советский период, а также проанализированы проблемы освоения городского пространства. Автор приходит к выводу, что крупное строительство производственных предприятий на территории города Братска способствовало увеличению доли трудоспособного населения. Для возрастной структуры города Братска было характерно преобладание молодежи. Увеличение численности населения в основном происходило за счет механического притока. Освоение городского

© Королева Т.М., 2025

пространства имело определенные трудности, в частности, не была создана инфраструктура, что впоследствии стало главной причиной оттока населения из города Братска.

Ключевые слова: демография, молодежь, промгород, Братск, процесс урбанизации, феномен бицентрии

Problems of urban space development in the soviet period (on the example of the Irkutsk Region territories)

T.M. Koroleva
Sevastopol branch of the Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov, Sevastopol, Russia

Abstract. The article examines the process of urbanization using the example of the emergence of a new city in the Irkutsk region – Bratsk. The influence of industrial development of the Irkutsk region on the demographic development of the city of Bratsk during the Soviet period is shown, and the problems of urban space development are analyzed. The author comes to the conclusion that the large-scale construction of industrial enterprises in the city of Bratsk increases the proportion of the able-bodied population. The age structure of the city of Bratsk was characterized by the predominance of youth. The increase in population was mainly due to the mechanical influx. The development of urban space had certain difficulties, in particular, the infrastructure was not created, which subsequently became the main reason for the outflow of population from the city of Bratsk.

Keywords: demography, youth, industrial city, Bratsk, urbanization process, bicentric phenomenon

Появление города Братска связано, прежде всего, с освоением природных богатств Сибири, с созданием на территории будущего города промышленных предприятий. Именно вокруг строительства промышленных мощностей шло формирование рабочих поселков. Урбанизация, появление новых городов – это следствие промышленного освоения Сибири. Так, в сентябре 1954 года было принято постановление о строительстве Братской гидроэлектростанции (ГЭС) и одновременно началось строительство рабочего поселка [12]. И буквально через год, 12 декабря 1955 года, Указом Президиума Верховного Совета РСФСР рабочий поселок получил статус города областного подчинения.

Процесс урбанизации происходил очень интенсивно. Численность населения города Братска за десять лет (за период с 1957 по

1966 год) выросла в четыре раза, причем возрастной состав населения – молодежь от 15 до 29 лет.

Из табл. 1 и 2 видно, что численность населения молодого города Братска увеличивалась, особенно это касалось молодых возрастов. Средний возраст населения Братска составлял в 1979 году 28,7 лет [7]. Строящемуся городу необходимы были трудоспособные и мобильные кадры, непритязательные к жилищным условиям, которые не боялись трудностей. И такими кадрами стала молодежь.

Главной чертой социальной структуры г. Братска стало преобладание людей в возрасте до 30 лет (85% от общего числа работающих на предприятиях). Это было связано с таким феноменом, как комсомольские молодежные стройки. К всесоюзным ударным комсомольским стройкам относились: Братская ГЭС; строительство города Братска; Братский лесопромышленный комплекс (БЛПК); Братский алюминиевый завод; (БрАЗ); линия электропередач Братск-Иркутск; Братск-Тайшет (ЛЭП-500). Строительство Братского завода отопительного оборудования относилось к ударной комсомольской стройке.

Из табл. 1 и 2 видно, что прирост трудовых ресурсов шел быстрыми темпами, но, несмотря на это, укомплектованность строек составляла всего 70%. Это приводило к определенным негативным последствиям. Например, в 1963 году Управлением строительства (УС) БЛПК и УС БрАЗа не был выполнен план производительных работ, и одной из главных причин, сдерживающих строительство, называлась нехватка рабочих кадров: эти предприятия были укомплектованы рабочей силой всего на 80% [6].

Вопрос комплектации кадрами предприятий города Братска решался разными способами. Во-первых, особую роль сыграл общественный призыв. В мае 1957 года Коммунистическая партия и Советское правительство обратились к советской молодежи с призывом поехать за сооружение в Восточной Сибири заводов, гидроэлектростанций, других предприятий, а также железных дорог. Первый отряд комсомольцев и молодежи в количестве 4 тыс. человек, сформированный в Москве, прибыл в Братск в июле 1956 года, а всего в Братскгэсстрой с 1956 по 1980 год по общественному призыву прибыло 22,1 тыс. человек [10].

Во-вторых, для привлечения молодежи использовали организованный набор (оргнабор). Он наиболее широко применялся на начальном этапе развития территории. Он сыграл особую роль в комплектовании кадров строителей Братской ГЭС, где его доля составила 5%, а также в пополнении коллективов и формирова-

Таблица 1

Численность населения г. Братска в период с 1956 по 1989 г.*

Год	Численность, тыс. человек
1956	54152
1965	140
1966	143
1967	155,483
1968	158,9
1969	164,6
1970	173,564
1971	185,2
1972	199,1
1973	206,6
1974	216
1975	222,8
1976	228,8
1979	244073
1980	249
1989	284622

* Табл. 1 составлена на основе: Архивный отдел администрации г. Братска, ф. Р-60, оп. 1, д. 14, л. 12; д. 25, л. 57; д. 35, л. 17; д. 45, л. 18; д. 57, л. 2; д. 67, л. 15; д. 68, л. 1; д. 78, л. 9; д. 106, л. 2; д. 118, л. 12; д. 145, л. 1; д. 214, л. 4; д. 429, л. 1.

нии населения в лесопромышленных поселках территориально-производственного комплекса [9]. В период выполнения трестом Братсклесстрой работ по лесосводке и лесоочистке в зоне затопления Братской ГЭС через оргнабор поступало около 15% всех новых людских пополнений. Поскольку оргнабор поставлял в основном кадры малоквалифицированные, его услугами пользовались в ос-

Таблица 2

Возрастная структура населения г. Братска*

Год	Возраст, лет					
	10–14	15–19	20–24	25–29	30–34	35–39
1959	2619	4083	8855	7601	6440	2917
1970	17258	14953	15457	18706	27616	15537
1979	20680	22262	23536	25250	17817	22688

* Табл. 2 составлена на основе: Архивный отдел администрации г. Братска, ф. Р-60, оп. 1, д. 210, л. 89; д. 211, л. 1–2; д. 212, л. 12; д. 429, л. 4.

новном строительные площадки и лесная промышленность, то доля этого источника с 1970-х годов заметно уменьшилась. Так, если за пять лет, с 1959 по 1963 год, в Братскгэсстрой прибыло 16,6 тыс. уволенных в запас воинов, то за 1974–1978 годы – лишь 3,8 тыс. человек [8, 11].

В-третьих, в трудовые коллективы направляли выпускников профтехучилищ, техникумов, вузов. На предприятия и стройки поступали квалифицированные молодые рабочие и молодые специалисты с высшим и средним специальным образованием. Главной проблемой для молодых новоселов являлся уровень социальной обустроенности городов и поселков.

В-четвертых, широко стал использоваться метод перевода молодых работников с родственных предприятий. Так, в Братском лесопромышленном комплексе в 1964 году перевод работников составил 24%, на заводе отопительного оборудования в 1974 году – 29,6% [5]. В последующие годы, после того как было создано крепкое профессиональнее ядро коллектива, роль перевода резко снизилась. Через перевод с родственных предприятий поступала наиболее квалифицированная рабочая сила. При этом устанавливались тесные связи с теми районами, в которых аналогичное производство было хорошо развито. По архивным данным, в 1979 году на Братском алюминиевом заводе прибывшие с Урала составляли 9,9% от общей численности поступивших по переводу; на Братском лесопромышленном комплексе и Братской ГЭС приехавших из европейской части СССР было около 20% [1, 2, 3].

В-пятых, частично нехватку рабочих кадров восполняли трудом заключенных. Это была хорошо отлаженная ведомствами и органами внутренних дел система, скрытая форма комплектования сибирских строек дешевой рабочей силой. Как правило, они выполняли малоквалифицированную, сопряженную с ручным трудом работу. Например, удельный вес условно осужденных в общей численности принятых рабочих Братскгэсстроя увеличился с 6,8% в 1980 году до 10,7% в 1986 году, что порой порождало нездоровую обстановку [13].

В-шестых, частично механический прирост населения обеспечивали выходцы из сел, так как в сельской местности новых рабочих мест почти не образовывалось и жители села значительно пополняли ряды рабочих.

В-седьмых, специфическим видом миграции стало переселение жителей из зоны создания водохранилищ. В частности, из зоны Братского водохранилища было перенесено более 150 поселений [4]. Принимались меры для того, чтобы именно в новых совхозах и колхозах разместилось население ликвидированных населенных пунктов, однако значительная его часть все же предпочла город.

К концу 1980-х годов доля трудоспособного населения в городе Братске еще более увеличилась. Приток рабочей силы диктовался необходимостью эксплуатации крупных предприятий в районах нового промышленного освоения.

Поскольку формирование населения в городе Братске происходило в значительной степени за счет притока молодежи, то в городе сложилась благоприятная возрастная структура. Это положительно сказывалось на процессе формирования трудовых коллективов, поскольку среди поступающих на предприятия был довольно высок удельный вес лиц в возрасте от 20 до 40 лет. Людей привлекала высокая зарплата, возможность улучшения бытовых условий (что обещали пропагандисты), романтика комсомольских строек. Но на деле не все было так радужно, как обещалось. Главной проблемой для молодых новоселов являлся уровень социальной обустроенности городов и поселков. Приезжающие на новостройки молодые рабочие, в основном холостяки, были готовы к производственным и бытовым трудностям. В дальнейшем многие из них обзаводились семьями, их не устраивало проживание в общежитиях, неблагоустроенных домах, возникала нужда в детских дошкольных учреждениях и во многом другом. Наблюдавшееся отставание в развитии социально-бытовой инфраструктуры приходило в противоречие

с возрастающими потребностями населения, поэтому многие были вынуждены менять место жительства.

Проводя параллель с современной ситуацией в городе Братске, где существуют предприятия, на которых работают вахтовым методом, сегодня возникает вопрос, почему нельзя было обойтись рабочими поселками и вахтовыми бригадами? Но ведь в исследуемый период ставилась еще и другая цель – освоение данной территории, создание сети поселений городского типа, которые в дальнейшем бы развивались и стали узлами развитой инфраструктуры.

Комплексный анализ демографической ситуации в городе Братске показал, что на начальном этапе урбанизации большую роль в положительной динамике играл механический прирост. И только к концу 1970-х годов постепенно стали выравниваться механический и естественный прирост, а в 1978 году естественный прирост стал преобладать над механическим. Это можно объяснить тем, что высокий удельный вес молодежи способствовал заключению браков, а большое количество брачных союзов обеспечивало высокую рождаемость.

Таким образом, индустриальное освоение явилось предпосылкой возникновения новых, ранее не существовавших городов и поселков городского типа, что явилось стимулом дальнейшего развития всей системы городского населения. В исследуемый период появился новый город особого генетического типа – город, возникший на необжитой или почти не обжитой территории – это город Братск. В начальный период освоения новой территории с 1960 по 1970-е годы произошел скачек численности населения, что было связано с большими темпами промышленного строительства. Актуальным был вопрос привлечения рабочей силы из других районов страны, поэтому ядром в структуре населения города Братска стала молодежь.

Можно выделить следующую специфику промышленного освоения территории города Братска:

1. Именно промышленность рождала городские поселения.

2. Строительство города Братска происходило на почти не обжитой территории, что определило специфику формирования населения, его социальную структуру.

3. Динамика численности городского населения отражала изменения, которые, в свою очередь, в решающей степени программировались процессами в сфере материального производства.

4. Город Братск отличался высокой долей молодежи в структуре населения.

5. На начальном этапе освоения территории города преобладал удельный вес мужчин, что объяснялось спецификой хозяйственных работ.

6. К середине 1970-х годов, когда в основном была обозначена промышленная и социальная инфраструктура города, произошло выравнивание численности мужчин и женщин.

7. Нехватка рабочих кадров на строительстве предприятий восполнялась разными способами, в том числе и трудом заключенных.

8. В Среднем Приангарье присутствовал редко встречающийся в России феномен бицентрии. На уровне субъекта Федерации им являлся Братск, а на уровне территориальных районов – город Вихоревка Братского района. В советский период города-бицентры России выполняли роль промышленных доноров в своих административно-территориальных образованиях. Финансирование социальной сферы городов-бицентров по остаточному принципу привело к ухудшению уровня и качества жизни населения.

9. Строительство промышленных объектов не завершилось созданием социальной инфраструктуры территорий, что явилось одной из причин текучести кадров, миграции населения.

Список источников

1. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-137. Оп. 1. Д. 341. Л. 21.

2. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-137. Оп. 1. Д. 342. Л. 13.

3. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-137. Оп. 1. Д. 343. Л. 17.

4. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-137. Оп. 1. Д. 41. Л. 21.

5. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-167. Оп. 1. Д. 26. Л. 14.

6. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-60. Оп. 1. Д. 2. Л. 27.

7. Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-60. Оп. 1. Д. 211. Л. 5.

8. Государственный архив новейшей истории Иркутской области (ГАНИИО). ГАНИИО. Ф. 4801. Оп. 1. Д. 5. Л. 8.

9. ГАНИИО. Ф. 4805. Оп. 1. Д. 1. Л. 11.

10. ГАНИИО. Ф. 4805. Оп. 1. Д. 12. Л. 9.

11. ГАНИИО. Ф. 6274. Оп. 1. Д. 5. Л. 14.

12. Отчет по работе с кадрами на Братской ГЭС // Архивный отдел администрации г. Братска. Ф. Р-137. Оп. 1. Д. 69. Л. 18.

13. Российский государственный архив социально-политической истории (РГАСПИ). Ф. М-1. Оп. 2. Д. 79. Л. 10.

УДК 378.1

Подготовка специалистов туристской индустрии как условие обеспечения качества туристского обслуживания

Е.В. Красникова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Статья посвящена современным проблемам в подготовке специалистов в индустрии туризма и путям их решения. Показано, как взаимосвязаны понятия «высококвалифицированный персонал» и «качество туристского обслуживания».
Ключевые слова: образование, туризм, подготовка кадров, качество туристского обслуживания, искусственный интеллект

Training of tourism industry specialists as a condition for ensuring quality of tourism services

E.V. Krasnikova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. This study is devoted to modern problems in training specialists in the tourism industry and offers solutions. It also shows how the concepts of highly qualified personnel and quality of tourist services are interconnected.
Keywords: education, tourism, training, quality of tourist services, artificial intelligence

В современных условиях туристская индустрия – это одна из больших и быстро развивающихся отраслей экономики. В ситуации, когда туризм все более принимает рыночные формы функциони-

© Красникова Е.В., 2025

рования, на рынке труда требуются профессионалы, способные адаптироваться к изменяющимся условиям работы и новым требованиям туристов. Персонал в туристской индустрии является важной составной частью конечного турпродукта и одним из основных ресурсов конкурентного преимущества любой организации. И основная цель бизнес-среды и учебных заведений – «донастроить» систему подготовки кадров с учетом задач и запросов отрасли.

В стране насчитывается 280 высших учебных заведений, 245 средних профессиональных учебных заведений, которые занимаются подготовкой кадров для сферы туризма. Также наряду с вузами и учреждениями СПО в области подготовки кадров набирают обороты блогеры и так называемые инфоцыгане.

В настоящее время в сфере гостеприимства, по оценкам экспертов, доля профессионалов с профильным образованием составляет всего около 13%; со средним и начальным профильным образованием – около 50% [1, с. 1].

Подготовка кадров в сфере туризма и гостеприимства осуществляется на разных уровнях образования: высшее образование – по направлениям подготовки бакалавриата и магистратуры «Туризм», «Гостиничное дело»; среднее профессиональное – по специальностям «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис на транспорте», «Туризм и гостеприимство». Однако актуальность проблемы обеспечения отрасли кадрами с высокой квалификацией все также остается нерешенной. Это ведет к следующей проблеме в отрасли – отсутствие качественного туристского обслуживания на предприятиях туризма и гостеприимства. Основными задачами в данной статье являются рассмотреть современные проблемы в подготовке специалистов в индустрии туризма и предложить пути решения. А также показать, как взаимосвязаны понятия «высококвалифицированный персонал» и «качество туристского обслуживания».

Учитывая реалии нашего времени, которые сказываются на развитии туризма в России, отрасль ждет компетентных специалистов, которые готовы адаптироваться к новым вызовам и формировать в себе такие навыки, как:

1) “Soft skills”, например, адаптивность и саморефлексия, так как нужно быстро приспосабливаться к изменениям этого мира и сферы, анализировать и принимать решение на основе этого анализа.

2) Развитие и внедрение искусственного интеллекта становится трендом в бизнесе. И, соответственно, необходимым условием для этого является появление в команде цифровых лидеров, обла-

дающих такими качествами, как креативность, гибкость мышления и технологическая подкованность.

3) “Lifelong learning” (непрерывное обучение) – это концепция, которая предполагает необходимость учиться в любом возрасте, чтобы успевать за изменениями в технологиях и адаптироваться к изменениям в индустрии.

4) Мультикультурность и мультиязычность (понимание и уважение культур, традиций и способность осуществлять коммуникацию – это залог качества и удовлетворенности туристов и партнеров).

5) Творческие навыки (тренды на «рилсы», личный бренд, показ той или иной дестинации через свой “lifestyle” требуют от специалиста нестандартного мышления).

6) Лидерские качества в комплексе с ответственностью (глобальное мышление, предвидение новых возможностей, умение работать с командой и партнерами – важное условие в нынешних условиях).

Несмотря на то что указанные качества и навыки сформировали четкий образ специалиста по туризму и отражены в деятельности образовательного сообщества по подготовке кадров, все равно наблюдается ряд проблем.

1. Основная проблема – несоответствие между способностями новых выпускников (отсутствие практического опыта и углубленных знаний) и ожиданиями работодателей, что приводит к нехватке квалифицированных работников.

2. Недостаточно высокий престиж отрасли. Индустрия туризма характеризуется быстрой сменой персонала, а имидж работодателя в индустрии туризма невысокий. Особенно сильно это проявилось в связи с пандемией COVID-19. Сложившаяся ситуация показала «ненадежность» вакансий в сфере туризма. Поэтому выпускники учебных заведений высказывают опасения по поводу своего трудоустройства. 76% бывших студентов связывают свои опасения с низкой заработной платой, 60% – с низким уровнем жизни потенциальных потребителей туруслуг, 45,5% – со слабой социальной защищенностью. Кроме того, выпускники университетов, устроившись на работу в отрасль, обнаруживают, что зарплаты не слишком высоки, в то время как давление и стресс на работе, наоборот, оказываются неожиданно высоки [5, с. 31].

3. «Инфоцыганство» – мешает в вопросе подготовки специалистов туристской индустрии, так как оно предлагает некачественные образовательные продукты и услуги, которые не соответствуют требованиям рынка и федеральным государственным образовательным

стандартам. Это снижает уровень профессионализма специалистов и качество предоставляемых ими услуг, что негативно сказывается на развитии туризма и удовлетворении потребностей туристов. Кроме того, это снижает престиж профессии.

3. Неосознанный выбор профессии абитуриентами. Некоторые студенты не анализировали свои способности и интересы при выборе учебного заведения, и у них уже на этапе освоения учебной программы происходят трудности в понимании и выполнении профессионально ориентированных задач. Как следствие, такие выпускники не понимают специфику работы в сфере туризма, специфику туристского продукта, они не могут адаптироваться к особенностям работы предприятий туриндустрии [3, с. 220].

5. Отсутствие взаимодействия между учебными заведениями, работодателями и государственными органами приводит к несоответствию между растущей значимостью индустрии туризма и реальным состоянием кадровой потребности отрасли [4, с. 15].

В текущей ситуации можно найти решение и предложить несколько вариантов действий:

- синхронизировать федеральные государственные образовательные стандарты высшего и среднего профессионального образования, адаптировать их к реальным условиям турбизнеса, усиливая в них практико-ориентированность и увеличивая долю практических занятий;
- нацелить образовательный процесс на формирование фундаментальных компетенций, таких как знание иностранных языков, углубленные знания географии, истории, психологии и т.д.;
- сочетать традиционные методы обучения (лекции, семинары, конференции) с активными современными методами (стажировки, тренинги, деловые игры и т.д.);
- внести изменения в законодательство, исключающие возможность готовить специалистов в сфере туризма и гостеприимства неквалифицированными лицами (инфоблогеры, интернет-мыслители, специалисты отрасли вне учебного заведения);
- провести кампании по популяризации профессий в сфере туризма на федеральном уровне.

В заключение необходимо отметить, что указанные несовершенства в подготовке специалистов туристской индустрии влияют на качество туристского обслуживания, снижают показатели эффективности функционирования предприятий. В ближайшее время образование в сфере туризма ждет существенных трансформаций. 21 марта 2025 года начал работу Национальный экспертный совет

по развитию кадрового потенциала в индустрии туризма и гостеприимства. До конца 2025 года он должен сформировать предложения по актуализации перечней профессий, специальностей и должностей для отрасли. Министр экономического развития Максим Решетников озвучил, что до 2030 года необходимо дополнительно подготовить более 160 тыс. специалистов [2].

Список источников

1. Англинов К.А. Специфика подготовки квалифицированных кадров в сфере туризма и гостеприимства в Санкт-Петербурге // Концепт. 2015. Т. 22. С. 31–35. URL: http//e-koncept.ru/2015/95229 (дата обращения: 13.04.2025).

2. Валерия Мишина. С учением в свет: в России началась реформа туристического образования. URL: https://iz.ru/1858738/valeria-misina/s-uceniem-v-svet-v-rossii-nacalas-reforma-turisticeskogo-obrazovania (дата обращения: 05.04.2025).

3. Морозова Н.С. Взаимодействие вузов и работодателей в подготовке кадров для индустрии туризма // Профессиональное образование в сфере туризма как условие повышения качества туристских услуг: матер. Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, декабрь 13–14, 2012). М.: ФГБОУ ВПО «РГУТИС». 2012. С. 219–224.

4. Черевичко Т.В. Развитие сферы туризма и рекреации в контексте программы стратегического лидерства вузов России и нацпроекта «Образование» // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2020. № 3 (7). С. 11–18.

5. Шерешева М.Ю. Индустрия туризма: последствия пандемии и условия развития // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2020. № 2 (6). С. 30–45.

УДК 378.147.88

Формирование профессиональных компетенций будущего специалиста туристского агентства в процессе прохождения практической подготовки

Ю.А. Куприянова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Статья посвящена актуальным вопросам адаптации студентов туристских специальностей к практической деятельности в условиях динамично меняющейся индустрии. Рассматриваются ключевые вызовы, с которыми сталкиваются будущие специалисты: изменения в законодательстве, трансформация рынка выездного туризма, цифровизация процессов продаж. Предложен комплекс из практических рекомендаций для руководителей практики в турагентствах, охватывающих все аспекты профессиональной подготовки – от работы с системами бронирования до психологии клиентских коммуникаций.
Ключевые слова: туризм, туристская индустрия, практическая подготовка студентов, менеджер по туризму, турагентская деятельность, профессиональные компетенции

Development of professional competences of a future travel agency specialist during practical training

Yu.A. Kupriyanova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article is devoted to current issues of adaptation of students of tourism specialties to practical activities in the conditions of a dynamically changing industry. The key challenges faced by future specialists are considered: changes in legislation, transformation of the outbound tourism market, digitalization of sales processes. A set of practical recommendations for practice managers in travel agencies is proposed, covering all aspects of professional training – from working with booking systems to the psychology of client communications.
Keywords: tourism, tourism industry, practical training of students, tourism manager, travel agency activities, professional competencies

© Куприянова Ю.А., 2025

В современной туристской индустрии постоянно происходят изменения. Меняется порядок взаимодействия туроператоров и турагентов. В гостиничном бизнесе меняются законодательные нормы и концепции обслуживания. В силу геополитических обстоятельств меняется состав стран для выездного туризма, появляются внутренние туристские продукты, а также меняются маршруты и продолжительность авиаперевозок. Все это ощутимо влияет на эффективность специалиста в туристском агентстве.

Менеджер по продажам в туристском агентстве должен знать и учитывать актуальные изменения в туристской сфере по многим аспектам, быть эрудированным и вовлеченным в свою профессиональную деятельность. Сложные экономические ситуации в странах основных направлений отдыхающих, природные катаклизмы, вирусные эпидемии с запретами въезда и выезда – все это увеличивает нагрузку не только на физическом, но и на эмоционально-психологическом уровне [1].

В этих условиях непросто ориентироваться опытному менеджеру, а студенту, проходящему практику на предприятии индустрии туризма, еще сложнее.

У студентов формируются необходимые для будущей профессиональной деятельности компетенции не только в ходе теоретического обучения, но и в ходе практической подготовки, которая предусматривает выполнение обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы. Практическая подготовка может проходить в разных формах: в ходе учебных занятий или на базе профильных организаций, соответствующих будущей профессиональной деятельности обучающихся [3].

В связи с этим возникает необходимость в создании комплекса рекомендаций для специалистов туристских компаний, в частности туристских агентств, в которых проходят практику обучающиеся учебных заведений туристского профиля.

У студентов туристских вузов и колледжей еще недостаточно знаний и опыта для продуктивной работы в туристском агентстве. Они довольно слабо представляют себе весь процесс организации деятельности. Поэтому при прохождении учебной и производственной практики не всегда могут ориентироваться, на чем необходимо заострить внимание, что изучить и чему учиться у профессионалов туриндустрии.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению бакалавриата «Туризм», обучающийся должен пройти учебную и производственную практику, чтобы сформировать необходимые компетенции будущей профессиональной деятельности. Выпускник должен быть способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма. Определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Осуществлять не только социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, но и осуществлять основные функции управления туристской деятельностью.

Представим комплекс рекомендаций для руководителя практики от профильной организации. Это позволит сделать учебную или производственную практику студента по профилю его обучения более эффективной. В данный комплекс рекомендаций входит 11 позиций. Степень знания каждой из них влияет на качество обслуживания клиента, уровень продаж туристского продукта, прибыльность и репутацию самой компании.

1. Знакомство с процессом организации работы в турагентстве. Руководителю практики от профильной организации прежде всего необходимо обеспечить студенту возможность изучения информации о самой туристской организации, ее организационной структуре, нормативных документах, должностных инструкциях, на основании которых осуществляется турагентская деятельность. В распоряжении практиканта также должны быть: различный информационный и статистический материал для работы, информация о специальных предложениях и скидках для клиентов.

2. Изучение документооборота турфирмы. Руководителю практики необходимо познакомить практиканта с некоторыми показателями финансово-экономической деятельности компании и локальными документами, включая формы отчетности.

3. Правила внутреннего распорядка и структура туристского агентства. Практикант должен понять и увидеть лично, какими способами происходит прием заявок от клиентов, обработка и обратная связь. На разных этапах прохождения практики важно наблюдение, а затем собственные попытки осуществления коммуникации с туроператорами, средствами размещения, транспортными компаниями в письменной и устной форме на русском и(или) иностранных языках. Под руководством опытного наставника обучающийся должен попробовать осуществить подборки туров и их последующую

реализацию клиентам. В целях изучения отельной базы и особенностей курортов, паспортно-визовых формальностей практиканту важно детально понять основные направления, на которых специализируется компания.

4. Знакомство со специализированным программным обеспечением. В туристской деятельности существует множество программ для поиска и бронирования туров. У турагентств имеются личные кабинеты в системах операторов, с которыми они сотрудничают. Современные информационные системы бронирования очень разнообразны: «Сирена», «Алеан» и др., которые помогают резервировать не только полный пакет услуг, но и отдельно авиабилеты, гостиницы, трансферы, экскурсии. В ходе практики важно студенту показать их работу в режиме реального времени [2].

5. Для удобства и быстроты работы менеджеры туристских агентств используют туристские агрегаторы и маркетплейсы (Островок, Bronevik, Sletat, Яндекс.Путешествия и пр.), дающие возможность сравнить цены и условия тура или отдельных услуг, что помогает найти выгодные и актуальные предложения за короткий промежуток времени. Важной задачей наставника является помощь в правильном использовании фильтров и возможностей данных систем [4].

6. Знание туристских формальностей. При консультировании клиентов и бронировании туров в зарубежные направления необходимо знать особенности въезда и выезда, список необходимых документов для подачи в визовый центр. В данном аспекте есть много нюансов, невыполнение которых может привести к негативным последствиям, включая невыдачу или несвоевременную выдачу визы, а также проблемы в ходе пребывании за границей. Изученные в ходе теоретического обучения правила и нормы должны быть отработаны в ходе практики под руководством опытного менеджера.

7. Умение пользоваться офисной техникой и комуникационными технологиями – принтером, сканером, компьютером, телефоном, а также мессенджерами и социальными сетями (VK, WhatsApp, Telegram и пр.). В ходе практики наставник должен продемонстрировать алгоритмы работы с офисной техникой и программами. Ведь менеджер по туризму должен быть многозадачным и способным решать проблемы любой сложности. Знания в области офисных программ являются для работы в туристском агентстве базовыми.

8. Мероприятия по продвижению туристских продуктов дают возможность привлечения большего количества клиентов. Руководителю практики необходимо на практике показать студенту, какую

роль в деятельности компании в настоящее время играют социальные сети и мессенджеры, а также рассказать о других методах привлечения внимания потребителей, включая устные и письменные техники продаж.

9. Навыки работы с документацией. «Бумажная работа» отнимает определенную часть времени у менеджеров туристских агентств. Тем не менее, важно понимать, какие именно документы менеджер оформляет (визы, страховки, формирование отчетности, туристские путевки, листы бронирования, работа с бумажными каталогами и картами).

10. Общая эрудированность специалиста индустрии туризма – его ключевая характеристика. В туризме, как нигде, актуальна фраза Натана Ротшильда: «Кто владеет информацией – тот владеет миром». Знание географии, экономики, маркетинга, иностранных языков, психологии, культуры, обычаев, отельной базы и курортов – важнейший фактор успешной работы специалиста туристского бизнеса. В случае наличия некоторых пробелов в знаниях студенту в ходе практики необходимо их восполнять как минимум за счет изучения тематических вебинаров от туроператоров. На этом руководитель практики от предприятия должен сделать акцент. В дальнейшей профессиональной деятельности менеджера по туризму важно осознавать необходимость постоянного развития и самообразования.

11. Профессиональный этикет. Общение с клиентами при личном контакте, телефонные звонки, переписка в мессенджерах – основы профессионального этикета, этики и психологии. Особое внимание руководителю практики следует уделить конфликтным ситуациям и тому, как их гасить. Этот важнейший навык позволит практиканту в дальнейшем стать конкурентоспособным специалистом.

В турагентской деятельности большое значение имеют опыт и практика. Специалисты набирают и формируют клиентскую базу, поддерживают свои знания на актуальном уровне. Мониторинг новостей и событий – с этого начинается утро профессионала в туристской сфере. Обучающийся – будущий специалист индустрии туризма еще не имеет всех необходимых навыков общения с клиентами и оформления документации, другими аспектами работы, но грамотно организованная учебная или производственная практика поможет составить ему свой план действий для дальнейшего обучения и успешного трудоустройства.

Список источников

1. Горбатенко Д.Э. Роль и значение турагентства в туризме // Science Time. 2017. № 3 (39). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-turagentstva-v-turizme (дата обращения: 07.04.2025).

2. Практика туризм. URL: https://topwork24.ru/articles/otcet-po-praktike/praktika-turizm (дата обращения: 07.04.2025).

3. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся». URL: https://base.garant.ru/74626874/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/ (дата обращения: 07.04.2025).

4. ТОП 15 сайтов-агрегаторов поиска туров по всем туроператорам: Рейтинг лучших в 2025 году. URL: https://vc.ru/services/1422807-top-15-saitov-agregatorov-poiska-turov-po-vsem-turoperatoram-reiting-luchshih-v-2025-godu (дата обращения: 07.04.2025).

УДК 338.48

Тенденции развития безбарьерного туризма в России

А.А. Мезинова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье анализируются последние тенденции, инициативы и изменения, направленные на создание более доступной и инклюзивной туристской среды. Освещаются изменения в законодательстве России, критерии при классификации средств размещений, а также программы, направленные на создание доступной среды для людей с ограниченными возможностями.

Ключевые слова: безбарьерный туризм, доступная среда, маломобильные люди, люди с ограниченными возможностями здоровья, инклюзивный туризм

© Мезинова А.А., 2025

Tendencies in the development of barrier-free tourism in Russia

A.A. Mizinova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article analyzes the latest tendencies, initiatives and changes aimed at creating a more accessible and inclusive tourist environment. The article highlights changes in Russian legislation, criteria for classifying accommodation facilities, as well as programs aimed at creating an accessible environment for people with disabilities.
Keywords: barrier-free tourism, accessible environment, people with limited mobility, people with disabilities, inclusive tourism

За последние годы наблюдается рост изменений в создании, развитии и реализации безбарьерного туризма в России. Знание прав каждого человека на отдых, путешествия, вне зависимости от физических возможностей, обусловливает создание условий для комфортного и безопасного передвижения людей с инвалидностью.

Несмотря на то что Россия пока отстает от мировых лидеров в этой сфере, все же наблюдается положительная динамика: совершенствуется инфраструктура, разрабатываются специализированные туристские маршруты, обеспечивается подготовка кадров, вносятся изменения в законодательную сферу, а также обсуждаются вопросы и проблемы инклюзивного туризма на специализированных мероприятиях разного уровня.

Совершенствование безбарьерного туризма не только способствует социальному развитию общества, но и открывает новые возможности для развития туристской отрасли страны, привлекая новых потребителей и стимулируя экономический рост регионов. Освещение последних событий данного направления индустрии туризма является важным элементом для понимания сложившейся обстановки, выявления новых проблем и их решения, поэтому обозначенная тема является весьма актуальной.

В настоящее время законодательство Российской Федерации не содержит юридического определения понятия «безбарьерный туризм». Тем не менее, существует официальное определение данного термина, которое было утверждено в рекомендациях по доступному туризму. Данные рекомендации были приняты на двадцатой сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации (ЮНВТО), состоявшейся 11 июня 2013 года.

Согласно им «безбарьерный туризм – это форма туризма, предусматривающая процесс сотрудничества участников туристского процесса, позволяющая людям, имеющим потребности в доступе, в том числе, связанном с мобильностью, зрением, слухом и когнитивными функциями, функционировать независимо, справедливо и с достоинством путем предоставления им разработанных на основе принципов универсального дизайна продуктов туризма, услуг и сред» [2].

Начиная с 1 июня 2024 года, вступили в силу новые правила классификации туристских маршрутов по степени сложности, что является важным шагом в области поддержки и развития безбарьерного туризма. В данном распоряжении Правительства Российской Федерации № 1365-р отражены:

- перечень видов туристских маршрутов (части туристских маршрутов), требующих специального сопровождения, и категории их сложности;
- критерии отнесения туристского маршрута к соответствующей категории сложности, в том числе с учетом обеспечения безопасности туристов [7].

Следовательно, регионы смогут организовывать маршруты на своих территориях, что обеспечит людям с ограниченными возможностями здоровья возможность выбора путешествий, соответствующих их физическим возможностям и потребностям.

10 июня 2024 года был внесен законопроект на рассмотрение Госдумы об инклюзивном туризме, который предлагает внести изменения в два федеральных закона: № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». Стоит отметить, что предложенный проект закона стремится сделать туристские услуги более доступными и создать условия для беспрепятственного доступа к туристской инфраструктуре [1].

Дополнительно законопроектом предусматривается реализация следующих мер:

- создание условий для автономной мобильности лиц с ограниченными возможностями здоровья на территории объектов туристской инфраструктуры;
- обеспечение комплексного сопровождения граждан с глубокими нарушениями зрительной функции и(или) ограниченной подвижностью, в том числе предоставление беспрепятственного доступа на объекты туристской индустрии для инвалидов с собаками-проводниками;

• разумное расположение соответствующих устройств передачи и хранения информации, необходимых для людей с ограниченными возможностями здоровья и их доступа к туристским объектам;

• выделение не менее 10% парковочных мест, расположенных вблизи объектов туристской индустрии, и не менее одного места для бесплатной парковки транспортных средств, управляемых инвалидами I, II группы и(или) транспорта, перевозящего данную категорию населения и(или) детей-инвалидов.

26 ноября 2024 года данный проект был представлен на первом чтении в Государственной думе, где получил единогласную поддержку депутатов, набрав 405 голосов «за» при отсутствии голосов «против» и воздержавшихся. На момент подготовки статьи законопроект № 668562-8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты» находится на рассмотрении во втором чтении [8].

1 января 2025 года в силу вступили изменения в Положение о классификации гостиниц, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2024 г. № 1951 «Об утверждении Положения о классификации средств размещения». В рамках данной темы необходимо обратиться к Приложению № 3, где представлены критерии обеспечения безбарьерной среды, которые дают баллы для средств размещений. Среди них следует выделить:

• ручка на ванне или на стене у ванны или на стене в душевой для страховки от падения при скольжении в 100 процентах номеров;

• специальное покрытие в ванне или в душе (противоскользящая напольная плитка), предохраняющее от падения при скольжении;

• наличие в средстве размещения номеров, отвечающих рекомендациям ГОСТ Р 55699-2013 «Доступные средства размещения для туристов с ограниченными физическими возможностями. Общие требования»;

• охраняемая автостоянка (в том числе с обеспечением видеонаблюдения) с неограниченным временем парковки или подземный паркинг на территории гостиницы или прилегающей территории с количеством машино-мест: от 10 до 30 процентов от общего количества номеров в средстве размещения выделенное(ые) место(а) для автомобилей инвалидов;

• наличие в средстве размещения условий и инфраструктуры для пребывания лиц с ограниченными возможностями здоровья, отвечающих рекомендациям ГОСТ Р 55699-2013 «Доступные средства размещения для туристов с ограниченными физическими возможностями. Общие требования» [6].

На поддержку и развитие безбарьерного туризма в стране также влияет процесс реализации государственной программы Российской Федерации «Доступная среда», которая действует до 2030 года. В ней зафиксированы ряд приоритетных задач:

- обеспечение равного доступа инвалидов к значимым объектам и услугам в важных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения;
- обеспечение эквивалентного доступа к медицинским услугам лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- создание равных возможностей для профессионального развития и последующего трудоустройства указанной категории населения;
- обеспечение нейтральности и ясности в деятельности учреждений медицинской и социальной специализации [5].

Согласно официальному документу, а именно Паспорту государственной программы Российской Федерации «Доступная среда», на период с 2011 по 2025 год было выделено 193 229 080,2 тыс. руб. финансового обеспечения за счет средств федерального бюджета [4]. Согласно данным по состоянию на конец 2021 года, за период в десять лет наблюдается рост числа доступных для посещения объектов, пользующихся высоким спросом среди инвалидов. Из 40 тысяч объектов, предварительно отобранных регионами, более 27 тысяч, что составляет 67,5%, были адаптированы для посещения людьми с инвалидностью. Кроме того, наблюдаются увеличение доли городского транспорта, оснащенного для перевозки инвалидов, а также рост количества специализированных образовательных учреждений и доступной литературы.

В декабре 2023 года туристский маршрут по Калининградской области «Путешествие мечты», созданный для людей с инвалидностью, членов их семей, друзей и сопровождающих, получил статус национального туристского маршрута. Автором проекта является Светлана Нигматуллина, директор Центра развития социальных и образовательных проектов «АУРА», а также туроператор и социальный предприниматель.

В маршрут, протяженностью 511 километров, включены многочисленные объекты размещения, питания, музеи и знаковые достопримечательности Балтийского региона. В программе путешествия предусмотрены все требования безопасности и комфорта, а также учтены возможности и особенности физического состояния туристов.

Стоит отметить, что данный маршрут существует уже 8 лет и с каждым годом набирает все большую популярность. Центр

развития социальных и образовательных проектов «АУРА» не остановился только на одном проекте и на данный момент продолжает свою деятельность в области инклюзии, включая содействие развитию доступного туризма и спорта. На сегодняшний день на официальном сайте представлен 21 проект [9].

Обсуждение вопросов инклюзивного туризма происходит и на специализированных выставках. В качестве примера следует отметить проведение ежегодной Международной выставки оборудования и технологий для реабилитации и ухода – Всероссийский форум реабилитационных технологий «Интеграция», который является специализированной площадкой для демонстрации достижений в социальной интеграции и реабилитации людей с инвалидностью, в том числе в сфере доступного туризма, спортивной инфраструктуры и рекреационных возможностей.

В рамках данного выставочного мероприятия осуществляется презентация продукции и услуг более чем 100 участников, включая коммерческие организации из Российской Федерации и из-за рубежа, а также делегатов от общественных организаций, учреждений реабилитационно-оздоровительного профиля, образовательных институтов, разработчиков и кураторов социально значимых инициатив и спортивных программ.

В апреле 2024 года, в рамках деловой программы, обсуждалась проблематика инклюзивного туризма – «Инклюзивный туризм: состояние, перспективы, решения» экспертами из Всероссийского общества инвалидов, российских студенческих отрядов, региональных министерств по предпринимательству и туризму, различных фондов и специалистами отрасли.

Эксперты провели анализ существующих проблем в сфере адаптивного туризма и представили комплекс мер по их устранению. В ходе профессионального диалога были рассмотрены стратегические направления развития данной отрасли, включающие:

- совершенствование нормативно-правовой базы;
- увеличение количества национальных инклюзивных маршрутов;
- обеспечение туристской индустрии, ориентированной на безбарьерный отдых, специалистами соответствующего профиля [3].

В заключение следует отметить, что проведенный анализ тенденций развития безбарьерного туризма в России показывает ощутимый прогресс, характеризующийся изменениями в законодательстве страны, учетом элементов безбарьерной среды при классификации средств размещений, реализацией государственной програм-

мы, появлением национального туристского маршрута для людей с инвалидностью, обсуждением проблем инклюзии в туризме.

Несмотря на достигнутые успехи, необходимо дальнейшее совершенствование для устранения проблем. Только комплексный подход, объединяющий инициативы, усилия бизнеса и общественности, позволит в полной мере реализовать потенциал безбарьерного туризма в России и сделать путешествия доступными для каждого.

Список источников

1. Вестник Ассоциации туроператоров: официальный сайт. URL: https://www.atorus.ru/ (дата обращения: 22.03.2025).

2. Всемирная туристская организация (2016), Рекомендации по доступному туризму, (ЮНВТО), Мадрид. URL: https://tourlib.net/wto/rdt.pdf (дата обращения: 23.03.2025).

3. Международная выставка оборудования и технологий для реабилитации и ухода. Всероссийский форум реабилитационных технологий «Интеграция»: официальный сайт. URL: https://integration.ru/ (дата обращения: 23.03.2025).

4. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации: официальный сайт. URL: https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/3/0 (дата обращения: 22.03.2025).

5. Постановление от 29 марта 2019 г. № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Доступная среда”» (с изм. на 15 ноября 2023 г.).

6. Постановление Правительства РФ от 27.12.2024 № 1951 «Об утверждении положения о классификации средств размещений».

7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.06.2024 № 1365-р «Об утверждении перечня видов туристских маршрутов (части туристских маршрутов), требующих сопровождения, и категории их сложности и критериев отнесения туристского маршрута к соответствующей категории сложности, в том числе с учетом обеспечения безопасности туристов».

8. Система обеспечения законодательной деятельности: официальный сайт. URL: https://sozd.duma.gov.ru/bill/668562-8 (дата обращения: 22.03.2025).

9. Центр развития социальных и образовательных проектов «АУРА»: официальный сайт. URL: https://anoaura.ru/ (дата обращения: 23.03.2025).

УДК 338.48

Визуальная репрезентация как способ развития культурно-познавательного туризма

Е.В. Ополченова[1], Н.К. Ополченов[2]
[1]ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия
[2]Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

Аннотация. Рассматривается роль визуальной репрезентации в продвижении культурно-познавательного туризма. Особое внимание уделяется использованию фотографий, иллюстраций и других визуальных средств для привлечения туристов. Авторы выделяют основные преимущества визуальной репрезентации, такие как влияние на выбор географической территории, возможность создания эмоций и ассоциаций, а также использование визуальных образов как инструмента брендирования места. В качестве примера визуальной репрезентации в туризме приводятся изображения городов России на банкнотах и монетах.
Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, визуальная репрезентация, архитектурные объекты, «места памяти», ландшафт и дизайн города, банкноты, монеты

Visual representation as a way to develop cultural and educational tourism

E.V. Opolchenova[1], N.K. Opolchenov[2]
[1]Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia
[2]Russian State University of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The text examines the role of visual representation in promoting cultural and educational tourism. Special attention is paid to the use of photographs, illustrations and other visual means to attract tourists. The authors identify the main advantages of visual representation, such as the influence on the choice of geographical territory, the ability to create emotions and associations, as well as the use of visual images as a tool for branding a place. Images of Russian cities on banknotes and coins are given as an example of visual representation in tourism.
Keywords: cultural and educational tourism, visual representation, architectural objects, “places of memory”, landscape and design of the city, banknotes, coins

© Ополченова Е.В., Ополченов Н.К., 2025

Сначала определим, что целесообразно понимать под визуальной репрезентацией в туризме – это использование различных продуктов визуализации, таких как фотографии, иллюстрации в каталогах, изображения на различных носителях, видео, публикации в социальных сетях с целью продвижения конкретной географической территории или какого-либо вида туризма.

Культурно-познавательный туризм, в свою очередь, является не только перспективным направлением внутреннего туризма, но и средством для расширения кругозора, получения новой информации, изучения истории своей страны. То есть способствует формированию гармоничной личности, которая имеет высокий уровень культуры и образования, знает и уважает обычаи других народов.

Таким образом, культурно-познавательный туризм – это, прежде всего, посещение территории с познавательными целями, дающее возможность туристу познакомиться с архитектурно-монументальными объектами этой территории и расширить свои знания в области истории, географии, архитектуры и культуры.

Применительно к культурно-познавательному туризму достаточно актуальным является вопрос о том, каким образом мотивировать человека на посещение определенной географической территории. Совершенно недостаточно только словесного подтверждения туристских возможностей региона. Необходима визуальная констатация конкурентных преимуществ территории.

В данном случае логично воспользоваться таким ресурсом, как визуальная репрезентация. Рассмотрим основные преимущества этого вида репрезентации в туризме:

• Влияние на выбор географической территории: размышляя над локацией своей будущей поездки, большая часть путешественников выбирают места для посещения, ориентируясь на визуальные образы. Города и регионы, которые выделяются своей яркой и запоминающейся визуальной индивидуальностью, привлекают внимание туристов;

• Возможность создания эмоций и ассоциаций – важная составляющая визуальной индивидуальности. Уникальный дизайн вызывает эмоции и формирует ожидания. Визуально привлекательные пространства часто ассоциируются с комфортом, отдыхом или приключением;

• Один из инструментов брендирования места – еще один аспект визуальной индивидуальности. Города и регионы используют дизайн как инструмент брендинга, чтобы выделиться среди конкурентов. Элементы городской айдентики, такие как логотипы, уникаль-

ная архитектура или общественные пространства, формируют узнаваемый облик места.

Учитывая вышесказанное, выделим те элементы городского пространства, которые позволяют создать нужную визуальную репрезентацию:

- архитектурные объекты: привлекательны своей индивидуальностью и узнаваемостью в качестве визитной карточки города;
- «места памяти»: музеи, здания, памятники, связанные с конкретным историческим событием или личностью;
- ландшафт и дизайн города: усадьбы, городские парки, зоны отдыха, оформление остановок общественного транспорта, развитость инфраструктуры;
- поездки на местном общественном транспорте, маршрут которых проходит через центральную часть города: низкая скорость движения общественного транспорта дает возможность неторопливого осмотра города и позволяет составить список тех объектов, которые хочется увидеть уже в процессе пешей прогулки [6].

В качестве примера визуальной репрезентации в туризме рассмотрим изображения городов России на банкнотах и монетах. Актуальность выбора именно денежных средств состоит в том, что деньги – это не только платежное средство, но и визуальная репрезентация культурных объектов городов нашей страны. Восприятие банкнот таким образом позволяет выделить два их значения: числовое (т.е. их номинал) и символическое (т.е. мотиватор для культурно-познавательной поездки).

Для подтверждения этой мысли перечислим те банкноты и монеты, на которых изображены виды российских городов. Начнем с бумажных купюр, которыми мы пользуемся ежедневно:

- 5 рублей – Великий Новгород;
- 10 рублей – Красноярск;
- 50 рублей – Санкт-Петербург;
- 100 рублей – Москва\ новый вариант – Ржев;
- 200 – Севастополь;
- 500 рублей – Архангельск;
- 1000 рублей – Ярославль\ новый вариант – Нижний Новгород\ Казань\ Уфа;
- 2000 рублей – Владивосток;
- 5000 рублей – Хабаровск\ новый вариант – Екатеринбург\ Челябинск\ Салехард.

Теперь перейдем к сериям монет, которые интересны не только коллекционерам, но и тем, кто интересуется историей своей страны:

- «Древние города России»;
- «Города воинской славы»;
- «Золотое кольцо России»;
- «Города трудовой доблести»;
- «Символы России»;
- Часть серии «Полководцы, герои и сражения Отечественной войны 1812 года»;
- Серебряные монеты, посвященные знаменательным датам и событиям (в данном случае, юбилею конкретного города) [4].

Стоит отметить, что выше перечислены те банкноты и монеты, которые находятся в обращении. Но если обратиться к эскизам, которые не стали банкнотами и не попали в обращение, то этот список станет гораздо больше:

- 1 червонец 1940 года (Триумфальная арка);
- 100 рублей 1954 года (изображена панорама Кремля: Водовзводная башня, Большой каменный мост, Большой Кремлевский дворец, Колокольня Иван Великий, Собор Покрова на Рву и не построенная высотка в Москве) [2];
- 20 рублей 1990 года (памятник Главнокомандующему русскими армиями М.И. Кутузову (деревня Горки));
- 5.000 рублей 1997 года (на лицевой стороне – памятник Михаилу Глинке в парке Болонье, на заднем плане – памятник Софийскому полку, церковь Святой Великомученицы Варвары и церковь Петра и Павла на Городянке. На оборотной стороне – памятник Михаилу Кутузову, Успенский собор, памятник «Благодарная Россия – Героям 1812 года» и часть стены Смоленского кремля;
- 100 рублей 1990 года (памятник Петру I в Санкт-Петербурге) [1];
- 50 копеек 1998 года (памятник Минину и Пожарскому);
- 1 рубль 1986 года (конная статуя Михаила Кутузова, которая является частью памятника полководцу, расположенному у музея-панорамы «Бородинская битва» (город Москва);
- 50 копеек 1962 года (Спасская башня);
- 200 рублей 1990 года (собор Василия Блаженного) [2];
- 2 копейки 1998 года (Золотые ворота во Владимире) [3].

Таким образом, обзор банкнот и монет с изображением видов городов России, представленный выше, позволяет констатировать тот факт, что подобный выбор визуальной репрезентации направлен на решение двух основных задач: отражение культурного разнообразия и богатства нашей страны; семантическая кодировка – гордость за город, который изображен на банкноте, особенно для местных жителей.

Для определения роли визуальной репрезентации в развитии культурно-познавательного туризма авторами исследования был проведен опрос в социальной сети, в котором участвовали 134 респондента. Всем участникам опроса был задан только один вопрос: «Возникает ли у Вас желание, увидев на банкноте или монете вид города, посетить его лично или больше узнать о нем?». Было предложено два варианта ответа (на выбор): Да/нет, а также была предоставлена возможность оставить комментарии (по желанию). Опрос проходил полностью анонимно и проводился в течение двух недель. Итоги опроса следующие:

- 89% респондентов дали положительный ответ;
- в комментариях были высказаны следующие предложения: выпустить банкноты с видами Калининграда, вновь присоединенных территорий (Донецкой Народной Республики (ДНР), Луганской Народной Республики (ЛНР), Запорожской и Херсонской областей); рассмотреть идею выпуска коллекции монет с героями СВО; коллекцию монет с малыми городами России, которые прославились своими военными победами в разные хронологические периоды.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

- визуальная репрезентация выступает действенным фактором для развития культурно-познавательного туризма;
- появление на банкноте или монете изображения конкретного города служит подтверждением его положительного имиджа и тем самым мотивирует на путешествие;
- возможность сделать уникальную фотографию способствует путешествию именно в тот город, объект которого присутствует на банкноте (на просторах интернета часто можно увидеть туристов с банкнотой в руках на фоне той достопримечательности, которая на ней изображена);
- перспективность развития визуального туризма, мотивирующим аспектом которого выступает именно визуальная репрезентация.

Список источников

1. Деньги России от истоков до современности. URL: https://www.russian-money.ru/banknotes/bilety-banka-rossii/proekty/ (дата обращения: 15.03.2025).

2. Деньги России от истоков до современности. URL: https://www.russian-money.ru/coins/sssr/probnye/ (дата обращения:15.03.2025).

3. Деньги России от истоков до современности. URL: https://www.russian-money.ru/coins/rf/probnye/ (дата обращения:15.03.2025).

4. Деньги России от истоков до современности. URL: https://www.russian-money.ru/coins/rf/ (дата обращения: 15.03.2025).

5. Деньги России от истоков до современности. URL: https://www.russian-money.ru/banknotes/sssr/proekty/ (дата обращения:15.03.2025).

6. Дизайн как двигатель туризма: визуальная идентичность мест. URL: https://fcti.bseu.by/by/2024/12/01/дизайн-как-двигатель-туризма-визуаль/ (дата обращения: 13.03.2025).

УДК 338.48

Особенности организации работы с туристами из стран арабского мира и их влияние на подготовку специалистов индустрии гостеприимства

Е.А. Пьянова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация: В статье обосновывается необходимость разработки и внедрения программ подготовки будущих специалистов индустрии гостеприимства к работе с туристами из стран арабского мира, так как в последние годы наблюдается значительный рост туристского потока из арабских стран в различные регионы мира. Это явление можно объяснить множеством факторов, включая экономическое развитие, улучшение транспортной инфраструктуры, изменения в социально-культурных предпочтениях и благоприятные климатические условия. Граждане стран Персидского залива, благодаря высокому уровню доходов, имеют возможность совершать путешествия на международном уровне, что становится все более доступным с развитием авиаперелетов и упрощением визовых процедур. Среди ключевых критериев при выборе туристского направления для арабских туристов – наличие развитой инфраструктуры, высокое качество обслуживания, а также соответствие культурным и религиозным традициям.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, подготовка кадров, арабский мир

© Пьянова Е.А., 2025

Features of organizing work with tourists from the Arab world and their impact on the training of hospitality industry specialists

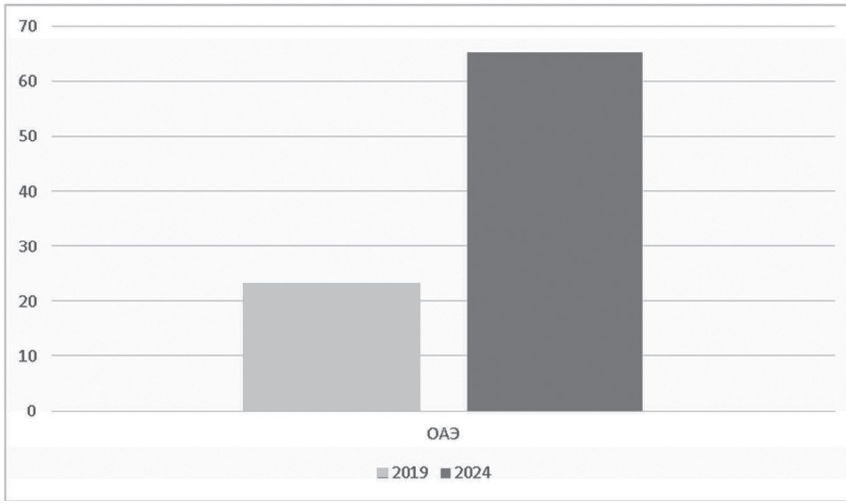
E.A. Pyanova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article substantiates the need to develop and implement programs to train future hospitality industry specialists to work with tourists from the Arab world. Since in recent years there has been a significant increase in tourist flow from Arab countries to various regions of the world. This phenomenon can be explained by many factors, including economic development, improvement of transport infrastructure, changes in socio-cultural preferences and favorable climatic conditions. Citizens of the Persian Gulf countries, due to their high income, have the opportunity to travel internationally, which is becoming increasingly accessible with the development of air travel and simplification of visa procedures. Among the key criteria when choosing a tourist destination for Arab tourists are the availability of developed infrastructure, high quality of service, as well as compliance with cultural and religious traditions.
Keywords: tourism, hospitality industry, training, Arab world

Ожидается, что в 2025 году турпоток из стран Ближнего Востока в Россию вырастет на 60%, что подкрепляется ростом интереса к российским курортам, культурным и природным достопримечательностям, а также медицинскому туризму (рисунок) [2].

Климатический фактор является одним из важнейших стимулов для туристов из арабских стран при выборе направления путешествия. Летняя жара в ряде государств региона, достигающая 50°С, побуждает местных жителей искать более комфортные климатические условия для отдыха. Это способствует увеличению числа туристских поездок в страны с умеренным климатом, такие как Европа, Турция, Юго-Восточная Азия и Россия. Кроме того, для многих жителей стран Персидского залива одним из уникальных впечатлений является снег, который они никогда не видели на родине. Это делает туризм в России в зимний период особенно востребованным, привлекая путешественников на горнолыжные курорты, в заснеженные города и другие места, где можно насладиться зимней атмосферой.

Экономический фактор также играет важную роль в усилении туристских потоков. Высокий уровень доходов граждан стран Персидского залива позволяет им существенно увеличивать расходы



Анализ въездного туристского потока из ОАЭ

на туризм, включая проживание в высококлассных отелях, покупку эксклюзивных товаров и участие в дорогостоящих туристских программах. Удобство авиаперелетов, предлагаемое ведущими авиакомпаниями, такими как “Emirates”, “Qatar Airways” и “Etihad Airways”, а также наличие широкого спектра туристских предложений делают международные путешествия для арабских туристов все более доступными.

Особое внимание стоит уделить развитию халяльного туризма как важного направления в индустрии гостеприимства. В последние годы многие страны начали активно адаптировать свои туристские услуги к потребностям мусульманских путешественников, учитывая мировые тенденции к инклюзивности и межкультурному диалогу. Это связано не только с ростом числа туристов из мусульманских стран, но и с осознанием важности создания комфортной среды для представителей разных конфессий.

Развитие халяльного туризма в России стоит рассматривать не как локальный тренд, а как часть более широкого процесса выстраивания межкультурной коммуникации и создания туристской среды, комфортной для людей с разными традициями и мировоззрением. Такой подход не только способствует привлечению иностранных туристов, но и укрепляет имидж страны как открытого и гостеприимного направления на международной арене. Орган

по сертификации «Роскачество-Халяль» приступил к сертификации туристских услуг и услуг размещения (гостиниц) по стандартам “Muslim Friendly”. Для этого Центр компетенций «Халяль» при Роскачестве совместно с муфтиятами регионов России разработал стандарты “Muslim Friendly”, базирующиеся на нормах более чем 30 стран мира, где такая система сертификации уже существует (стандарт Организации исламского сотрудничества, стандарт стран Персидского залива, стандарт Малайзии и т.д.) [3].

Концепция “Muslim Friendly” предусматривает требования, которым должны соответствовать услуги предприятий сферы гостеприимства. Например, в номер отеля (по запросу гостя) должен быть предоставлен Коран, молитвенные коврики и другие религиозные атрибуты, в меню или мини-баре должен отсутствовать алкоголь и др. Нормы распространяются не на все номера, а на конкретные, таким образом гостиница может одинаково радушно принимать гостей мусульман и представителей других конфессий.

Также важным аспектом, способствующим росту числа международных поездок из стран арабского мира, стал медицинский туризм. Жители арабских стран часто выбирают медицинские учреждения в странах с развитыми системами здравоохранения, где предлагаются высококачественные медицинские услуги по более доступным ценам. В числе таких стран – Германия, Турция, Южная Корея, а также Россия, которая в последние годы приобрела популярность среди арабских граждан, ищущих эффективное лечение и реабилитацию.

Особое внимание арабские туристы уделяют таким российским городам, как Москва, Санкт-Петербург, Казань. Эти города привлекают гостей не только своим богатым историко-культурным наследием, но и развитой туристской инфраструктурой. В них представлены отели и рестораны, предоставляющие халяльное питание, а также молельные комнаты, что делает пребывание комфортным для мусульманских путешественников.

Помимо крупных городов, особый интерес у туристов вызывают регионы с уникальными природными ландшафтами и объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО. Россия, благодаря своему географическому разнообразию, предлагает путешественникам возможность увидеть разные климатические зоны – от субтропиков в Краснодарском крае до арктических пейзажей на Крайнем Севере. Одним из наиболее известных природных достопримечательностей, привлекающих туристов со всего мира, является озеро Байкал – крупнейшее и самое глубокое пресноводное озеро планеты,

которое также входит в список объектов ЮНЕСКО. Не менее востребованными являются природные парки и заповедники, такие как вулканы Камчатки, Золотые горы Алтая, плато Путорана и Ленские столбы. Эти территории предлагают уникальные возможности для активного отдыха, включая горные походы, сафари по заповедным зонам и наблюдение за редкими видами животных.

Среди архитектурных и культурных достопримечательностей, включенных в список ЮНЕСКО, особое место занимают исторический центр Санкт-Петербурга с его дворцами и храмами, Казанский Кремль – яркий пример слияния исламской и православной архитектуры, а также исторические памятники Великого Новгорода и Суздаля. Климатическое и природное разнообразие, а также богатое культурное наследие делают Россию привлекательной для туристов из арабских стран.

Не менее важным фактором является образование: многие студенты из арабских стран выбирают Россию для получения высшего образования в ведущих университетах страны, а также для изучения русского языка и погружения в культурную среду. Для их поддержки в России реализуется ряд государственных и университетских программ.

Ежегодно вузы предоставляют 15 000 стипендий для иностранных граждан, включая студентов из арабских стран. В 2023/2024 учебном году было выделено почти 2 800 мест для абитуриентов из стран Ближнего Востока [1]. С 2025 года Министерство науки и высшего образования России вводит дополнительные гранты, компенсирующие затраты на переезд, проживание и медицинскую страховку. На университетском уровне действуют различные инициативы. Например, в Тюменском государственном университете создан Арабский центр, который помогает студентам с вопросами проживания, адаптации и академической успеваемости.

В рамках сотрудничества стран БРИКС реализуются конкретные инвестиционные проекты в туристской сфере, направленные на развитие инфраструктуры и повышение привлекательности регионов для иностранных гостей. Примером служит создание соколиного центра на Камчатке при поддержке инвестиций из ОАЭ. Этот проект не только расширяет спектр туристских услуг, но и способствует обмену опытом и усилению межкультурных связей между странами-участницами, что положительно влияет на развитие туристской отрасли в России. Укрепление валют арабских стран оказывает прямое влияние на туристский сектор России, поскольку стабилизация и рост валютных курсов повышают покупа-

тельную способность мусульманских туристов. Высокий средний чек этой аудитории стимулирует дополнительные траты на отдых, что, в свою очередь, способствует развитию гостиничного бизнеса, ресторанного сервиса и сопутствующих услуг. Экономические стимулы, обусловленные благоприятной валютной динамикой, создают условия для устойчивого роста туристского потока и инвестиций в туристскую инфраструктуру.

Генеральный директор «Свой-ТС» Сергей Войтович полагает, что самыми активными по результатам 2025 года вновь будут страны Ближнего Востока. «Главный фактор – наличие большого выбора авиаперевозки, что не только удобно, но еще и влияет на стоимость перелета. Россия остается на этих рынках модным, популярным направлением, туристы готовы к нам ехать, а авиакомпании – ставить новые рейсы», – заметил он. По словам Войтовича, сейчас обговариваются последние детали полетной программы авиакомпании "Jazeera Airways" с 27 июня 2025 года из Эль-Кувейта в Сочи. «Спрос на поездки в Россию на Ближнем Востоке очень хороший, и он далеко не насыщен, так как рейсов по-прежнему значительно меньше, чем нужно этим рынкам. Так, первоначально предполагалось, что "Jazeera Airways" будет летать этим летом из Эль-Кувейта в Сочи с посадкой в Саудовской Аравии и забирать туристов и оттуда. Однако спрос на кувейтском рынке оказался такой высокий, что от этой идеи пришлось отказаться и полностью ориентировать полетную программу на туристов из Кувейта», – пояснил Войтович [5].

Его слова подтверждает представитель авиакомпании "Jazeera Airways" в России Ольга Флягина. «Наши рейсы из Кувейта в Россию улетают полными. Страна популярна, туристы возвращаются с очень хорошими впечатлениями. Наш новый рейс из Кувейта в Сочи, который стартует летом, тоже "заточен" под местный рынок, и мы фиксируем отличную загрузку», – подтвердила она [4].

Таким образом, рост потока туристов из арабских стран является результатом комплексного подхода, включающего реализацию программы "Muslim Friendly", расширение авиасообщения с введением новых рейсов и увеличением чартерных перевозок, а также реализацию совместных инвестиционных и культурных проектов в рамках БРИКС.

Дополнительные экономические стимулы, такие как укрепление валют арабских стран и высокий средний чек туристов, в сочетании с культурными инициативами (например, Россия – исламский мир, переводы русской литературы на арабский и фестивали в Москве)

создают благоприятные условия, способствующие привлечению туристов из арабского мира.

Среди ключевых факторов, которые помогли достичь таких показателей, является применение электронных виз и организация безвизовых групповых поездок. За год с момента запуска этих инструментов с их помощью удалось привлечь 800 тыс. иностранных гостей.

Учитывая этот стабильный рост числа туристов из арабских стран, необходимо акцентировать внимание на важности подготовки кадров, готовых работать с данной категорией путешественников. Специалисты в области туризма должны обладать знаниями о культурных и религиозных особенностях, специфике обслуживания мусульманских гостей, а также быть способными предложить высококачественные услуги, соответствующие запросам арабских туристов. Для успешной адаптации туристской индустрии к растущему потоку иностранных гостей из арабских стран необходимо создавать и развивать образовательные программы и курсы, ориентированные на подготовку специалистов, способных работать в условиях мультикультурного общества. Включение в учебные курсы аспектов, таких как халяльный туризм, соблюдение религиозных традиций, знание арабского языка и культурных норм, станет залогом успеха в сфере гостеприимства и туризма, что позволит удовлетворить потребности быстрорастущего и экономически влиятельного сегмента международных туристов.

Перечислим некоторые особенности взаимодействия сотрудников российских отелей с арабскими туристами.

1. В отличие от европейцев, которые всегда организовывали путешествия через туроператоров и покупали у них полный пакет услуг, включая экскурсионное обслуживание, арабские гости приезжают в Россию без заранее подготовленной программы, но со списком мест (ресторанов, спектаклей, экскурсий, торговых центров), обязательных для посещения. В данном случае организацию программы пребывания для них обеспечивает консьерж отеля, включая покупку билетов, бронирование ресторана, заказ трансфера.

2. Существует явный языковой барьер между сотрудниками российских отелей и туристами из арабских стран. Это объясняет ряд причин:

а) ограниченное владение иностранными языками персоналом. Многие сотрудники гостиничного сектора в России обладают ограниченными знаниями даже английского языка, что затрудняет общение с иностранными гостями, включая туристов из арабских

стран. Если же гость не знает английского языка, это приводит к недопониманию и дискомфорту;

б) отсутствие персонала, владеющего арабским языком. Количество отелей, в которых хотя бы один сотрудник владеет арабским языком, остается достаточно ограниченным. Это создает дополнительные трудности в коммуникации и обслуживании туристов из арабских стран, особенно если гости не владеют английским или другими языками, которые сотрудники отелей знают на достаточном уровне. В таких условиях возникают проблемы с пониманием потребностей гостей, что может негативно сказаться на уровне их удовлетворенности обслуживанием;

в) недостаток подготовки персонала к культурным особенностям гостей из арабских стран, что может приводить к неудовлетворенности гостей. Например, недостаток информации о наличии молельных комнат, халяльном питании или особенностях местного этикета.

В условиях снижения потока западных туристов и увеличения числа гостей из восточных стран, особенно из арабского мира, российские учебные заведения сталкиваются с необходимостью адаптации своих образовательных программ. Традиционно ориентированные на обслуживание западных потребителей, эти программы требуют пересмотра для более эффективного удовлетворения потребностей восточных туристов.

Многие образовательные программы в сфере туризма и гостеприимства в России исторически ориентированы на стандарты и ожидания западных клиентов. Это отражается в содержании курсов, изучаемых языках и культурных аспектах обслуживания. В связи с увеличением числа туристов из восточных стран выявляется нехватка специалистов, знакомых с культурными, религиозными и языковыми особенностями этих гостей.

Необходимые меры для адаптации образовательных программ:

1. Включение дисциплин, посвященных восточным культурам: разработка и внедрение курсов, направленных на изучение традиций, обычаев и предпочтений туристов из восточных стран, особенно из арабского мира.

2. Обучение восточным языкам: предоставление студентам возможности изучать арабский и другие восточные языки наравне с европейскими языками.

3. Практико-ориентированный подход: сотрудничество с предприятиями, ориентированными на обслуживание восточных туристов, для прохождения практики и стажировок, что позволит сту-

дентам приобрести реальный опыт работы с данной категорией клиентов.

4. Повышение квалификации преподавателей: обучение педагогического состава особенностям работы с восточными туристами и современным тенденциям в международном туризме.

Таким образом, рост потока туристов из арабских стран является результатом сочетания экономических, климатических, культурных и социальных факторов. Россия, в свою очередь, становится все более привлекательной для арабских гостей, предлагая уникальное сочетание высококачественного сервиса, культурных и исторических достопримечательностей, а также широкие возможности для медицинского и образовательного туризма. Учет этих особенностей в ходе подготовки будущих специалистов индустрии гостеприимства будет способствовать повышению качества обслуживания и удовлетворенности туристов из стран арабского мира.

Список источников

1. Более 32 тыс. студентов из стран Ближнего Востока получают образование в России. URL: https://tass.ru/obschestvo/17909625 (дата обращения: 10.03.2025).

2. В 2025 году турпоток в Россию из стран Ближнего Востока вырастет минимум на 60%. URL: https://www.csr.ru/ru/news/v-2025-godu-turpotok-v-rossiyu-iz-stran-blizhnego-vostoka-vyrastet-minimum-na-60/ (дата обращения: 10.03.2025).

3. В России начнется сертификация гостиничных и туристических услуг по стандарту Muslim Friendly. URL: https://roskachestvo.gov.ru/news/v-rossii-nachnetsya-sertifikatsiya-gostinichnykh-i-turisticheskikh-uslug-po-standartu-muslim-friendl/ (дата обращения: 10.03.2025).

4. РСТ: туроператоры летом 2025 года ждут в России туристов из Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии и СНГ. URL: https://rst.ru/novosti/novosti-turizma/rst-turoperatory-letom-2025-goda-zhdut-v-rossii-turistov-iz-blizhnego-vostoka-yugo-vostochnojaziiisng.html (дата обращения: 10.03.2025).

5. Туроператоры ожидают роста турпотока из стран Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии и СНГ. URL: https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/turoperatory-ozhidayut-rosta-turpotoka-iz-stran-blizhnego-vostoka-yugo-vostochnoy-azii-i-sng (дата обращения: 10.03.2025).

УДК 338

Современные экономические тренды, формирующие перспективные профессиональные компетенции в сфере туризма

Т.В. Рассохина
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В условиях глобальных трансформаций экономики и смены технологического уклада особую актуальность приобретает вопрос формирования профессиональных компетенций, соответствующих вызовам современности. Рассматриваются перспективы развития профессиональных навыков в туризме через призму концепции HEAL (Holistic Education and Adaptive Learning), предполагающей целостный и адаптивный подход к обучению в меняющихся условиях современных вызовов. Анализируются ключевые тренды в экономике, требования рынка труда и педагогические стратегии, способствующие формированию конкурентоспособных специалистов. Результаты исследования демонстрируют необходимость интеграции гибких навыков, цифровой грамотности, экологической ответственности в программы подготовки кадров для туриндустрии в сотрудничестве с ключевыми экономическими субъектами.

Ключевые слова: профессиональные компетенции, туризм, профессиональное образование, HEAL-концепция, адаптивное обучение, непрерывное образование

Modern economic trends that form promising professional competencies in the Sphere of tourism

T.V. Rassokhina
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. In the context of global economic transformations and a change in technological structure, the issue of the formation of professional competencies that meet the challenges of our time is becoming particularly relevant. This article examines the prospects for the development of professional skills in tourism through the prism of the HEAL (Holistic Education and Adaptive Learning) concept, which assumes a holistic and adaptive approach to learning in the changing conditions of modern challenges. The key trends in the economy,

© Рассохина Т.В., 2025

labor market requirements and pedagogical strategies that contribute to the formation of competitive specialists are analyzed. The results of the study demonstrate the need to integrate flexible skills, digital literacy, and environmental responsibility into training programs for the tourism industry in cooperation with key economic actors.
Keywords: professional competencies, tourism, vocational education, HEAL concept, adaptive learning, continuing education

Современная экономика переживает период структурной трансформации, сопровождающийся ростом напряжения на рынке труда [5]. Квалификация работников влияет как на производственные возможности российских предприятий, так и на динамику оплаты труда, что в условиях недостатка предложения на внутреннем рынке способствует росту цен, создавая риски для макрофинансовой стабильности. Эпоха трансформации и смены технологического уклада [1] характеризуется усложнением структуры экономики, ускорением скорости протекания бизнес-процессов, диспропорциями в проявлениях глобализации и локализации, деформализацией институтов, превращением экономики в среду с нечеткими границами элементов [6].

Развитие российской экономики в ближайшие годы будет сопровождаться ограничениями как по труду, так и по капиталу [2]. Экономические факторы, определяемые геополитическими процессами, технологическими вызовами и ограничениями, процессами трансформации торговых и логистических потоков, сопровождаются устойчивой тенденцией сокращения численности населения в трудоспособном возрасте. Этот социально-демографический процесс значимо влияет на рынок труда и структуру распределения расходов и доходов. В регулировании этого процесса огромную роль играет институт профессионального образования. Ключевой задачей институционального воздействия становится модернизация бизнес процессов, ведущая к сокращению неэффективных и низко оплачиваемых рабочих мест.

Сфера туризма относится к одной из отраслей с низкой эффективностью производительности труда [7] и низким уровнем цифровизации [9]. В предприятиях, относящихся к сводной группе ОКВЭД «Туризм», занято 1,1 млн человек. Причем 65% этих сотрудников преимущественно без квалификации [2]. В основном они заняты не в туристских или гостиничных предприятиях, а в предприятиях инфраструктуры. В условиях социально-экономических трансформаций профессиональное туристское образование должно

обеспечить развитие в условиях ограничений. Профессиональные компетенции выпускников должны быть сформированы для обеспечения функционирования специалиста в условиях неопределенного, быстро меняющегося будущего.

Экономическая действительность слишком многовариантна, и скорость ее изменения опережает темп ее изучения. Развитие системы профессионального образования еще более инерционный процесс. Узко направленные практические профессиональные навыки технологического характера могут достаточно быстро устареть и перестать быть востребованными.

Профессиональное образование решает две важнейшие задачи. С одной стороны, оно должно обеспечить потенциал для развития индустрии, с другой стороны, оно должно обеспечить личностное развитие студента. Иногда эти целеполагания могут не совпадать и даже противоречить друг другу. В случае, если в основу образовательного процесса будут заложены сиюминутные потребности бизнеса, это может создать противоречия с траекторией личностного развития обучающегося и привести либо к формированию специалиста, не способного к развитию, либо к разочарованию молодого специалиста и уходу его из профессии.

Для недопущения этих противоречий в профессиональном образовании должна обеспечиваться инновационная фундаментальность высшего образования, создающая потенциал для саморазвития и мобильности специалистов смежных профессий, облегчающая профессиональную переподготовку и формирующая готовность специалиста к решению профессиональных задач в условиях трансформации и неопределенности.

Целью нашего исследования стало определение подходов к созданию профессиональных компетенций для специалистов сферы туризма, базирующихся на современных теориях экономики и определяющих базовые принципы инновационного фундаментального образования в области экономики.

Экономическое знание в настоящее время проходит этап трансформации и переосмысления многих экономических теорий, сформированных в других условиях и в другое время. Новый технологический уклад формирует новые закономерности, которые будут преобладать в будущем. Классическая экономическая теория и экономикс столкнулись с серьезными противоречиями, которые привели к формированию и развитию относительно новых современных экономических теорий, которые переосмысливают многие процессы.

В таблице приведены основные современные экономические концепции (теории и тренды), которые определяют будущее, и сформулированы ключевые компетенции, которые должны быть сформированы системой профессионального образования в сфере туризма.

Сфера туризма переживает значительные изменения, обусловленные цифровизацией, экологическими вызовами и трансформацией потребительских предпочтений. В этой связи традиционные модели профессиональной подготовки уже не отвечают запросам отрасли [7]. Туриндустрия требует от специалистов не только узкопрофессиональных знаний, но и способности к быстрой адаптации, межкультурной коммуникации и устойчивому мышлению [4].

Большинство профессий в сфере туризма в значительной мере может быть отнесено к профессиям HEAL. Традиционно к этому понятию относят профессии, направленные на поддержание и улучшение здоровья человека, как физического, так и психического [3]. Это как традиционные медицинские специальности, так и более широкие, такие как health-коучинг, диетология, психология и другие [8]. Вся индустрия туризма и гостеприимства своей целью имеет получение доходов за счет оказания услуг, максимально соответствующих потребностям людей, которые приняли решение стать временно туристами и(или) гостями и посредством этого повысить качество своей жизни. Все организационные принципы и технологии гостеприимства направлены на то, чтобы временно создать для потребителя уровень жизни, превышающий обычный для него.

Концепция HEAL (Holistic Education and Adaptive Learning), основанная на принципах целостности, адаптивности и персонализации обучения, предлагает новый подход к формированию компетенций будущего [10]. Если сейчас в обществе преобладает концепция профессий будущего STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics), то есть исследования [10], которые говорят, что рабочие места HEAL (Health, Education, Administration, Literacy (здравоохранение, образование, администрирование, грамотность) будут расти быстрее в ближайшие 10 лет [10]. В период с 2023 по 2033 год будет создано 1,6 млн рабочих мест в сфере HEAL и 1,1 млн в областях STEAM.

Концепция HEAL базируется на трех ключевых компонентах:

- Holistic (целостный подход) – интеграция профессиональных знаний, soft skills и ценностных ориентаций;
- Adaptive (адаптивное обучение) – гибкость образовательных траекторий с учетом индивидуальных потребностей обучающихся;

Профессиональные компетенции в сфере туризма, формируемые на основе современных экономических концепций и трендов

Современные экономические концепции и тренды	Перспективные профессиональные компетенции в сфере туризма и гостеприимства
Эволюционная экономика	Формирование умений рассматривать экономические явления как процессы, где субъекты (фирмы, потребители, работники) учатся, адаптируются и эволюционируют со временем. Инновационность и стартап-культура
Платформенная экономика	Понимание механизмов сетевых эффектов, взаимодействия между пользователями, а также различные аспекты платформенной экономики, такие как бизнес-модели, регулирование и риски. Анализ данных (Data Science, BI-аналитика). Работа с социальными платформами
Институциональная экономика	Понимание роли институтов, как формальных (законы, правила), так и неформальных (нормы, традиции), в формировании экономического поведения и результатов
Устойчивое развитие	Знание стандартов экосистемного устойчивого развития территорий (GSTC). Знание ESG-регулирования предприятий. Обеспечение качества жизни при соблюдении принципов экологичности и социальной справедливости
Гуманизация	Умение применять гуманитарные знания и принципы для решения профессиональных задач, направленных на повышение качества жизни людей. Критическое мышление. Креативность. Эмоциональный интеллект. Мультиязычность. Клиентоориентированность
Экологизация – «зеленая» экономика	Адаптация к климатическим трансформациям. Экологическая стандартизация

Окончание таблицы

Современные экономические концепции и тренды	Перспективные профессиональные компетенции в сфере туризма и гостеприимства
Цифровизация	Навыки в области обработки, анализа и интерпретации данных, включая знание инструментов и методик работы с большими объемами информации. Владение блокчейном, облачными технологиями и т.п. Обеспечение кибербезопасности
Искусственный интелект	Понимание принципов работы ИИ-систем, различных типов машинного обучения и их применения в различных областях. Навыки программирования, позволяющие разрабатывать и реализовывать ИИ-системы, а также умение строить алгоритмы для решения конкретных задач. Промт-инжиниринг
Теория экономических экосистем	Навыки междисциплинарной коммуникации. Экосистема как зонтик: кластеры, платформы, сети, бизнес-инкубаторы
Поведенческая экономическая теория	Клиентоориентированность. Владение CRM-системами. Управление репутацией (отзывы в соцсетях, кризис-коммуникации). Понимание новых продуктовых ниш в сфере туризма и гостеприимства
Теория ограниченной рациональности	Управление человеческим потенциалом в условиях разнонаправленной мотивации и различных жизненных моделей. Обеспечение роста производительности труда в предприятиях

• Lifelong learning (непрерывное образование) – постоянное обновление компетенций в условиях меняющегося рынка труда.

Концепция HEAL определяет требования к рабочим местам будущего [8], которые характеризуются следующими основными чертами и отличиями:

• Ориентация на людей, а не на вещи, предполагающая развитие навыков эмоционального интеллекта, коммуникации и эмпатии.

• Увеличение состава профессий в сфере помощи, образования и управления знаниями. Трансформация потребностей людей и технологические инновации будут приводить к появлению новых профессий в системе человек-человек.

• Гендерный баланс в пользу женщин. Новые тенденции видоизменяют рынок труда в пользу большего вовлечения женщин и меняют традиционные представления о «мужских» и «женских» профессиях. Согласно исследованиям [10], уже в 2024 году HEAL-профессии составляют около 16% всех рабочих мест в США, что более чем в два раза превышает долю STEM (7%). Такие тенденции вызваны трендом увеличения продолжительности жизни и растущими потребностями в образовании.

• Вклад в общество. HEAL-профессии напрямую влияют на качество жизни, здоровье, образование и социальную стабильность общества.

Ключевой вызов – скорость адаптации образовательных программ к трендам. Современные запросы туристов требуют новых навыков работников в индустрии и, соответственно, нового ответа от профессионального образования. В перечень новых востребованных компетенций входят человекоцентричный подход, умение создать атмосферу исключительности вокруг гостя.

Внедрение данной модели в образовательные программы позволит сформировать поколение специалистов, способных эффективно работать в условиях глобальных изменений.

Список источников

1. Компетенции «будущего» в условиях цифровой экономики / Н.В. Кожухова, Е.П. Серпухова, Ю.В. Веселова [и др.] // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11, № 7. С. 1875–1892.

2. Отраслевой подход в подготовке кадров в сфере внутреннего туризма: аналит. докл. URL: https://ioe.hse.ru/pubs/share/direct/1022095617.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

3. Педагогические аспекты полиотраслевой подготовки кадров для развития здоровьесберегающего туризма / Т.В. Рассохина, А.Е. Трофимов, А.К. Орешкина [и др.] // Человеческий капитал. 2024. № 6(186). С. 167–173.

4. Питюков В.Ю., Питюков С.В. Культурологический подход к гуманизации профессионального образования // Теория, методология и технологии современного гуманитарного магистерского образования: сб. науч.

тр. II Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 15 апр. 2023 г. М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. С. 5–7.

5. Рассохина Т.В., Шиндин А.Б. Адаптация систем управления персоналом гостиничных предприятий в условиях растущего дефицита кадров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Т. 14, № 1-1. С. 64–73.

6. Трансформация профессиональных компетенций персонала в условиях новых трендов рыночных отношений / Г.А. Сульдина, Е.С. Матвеева, Д.С. Новиков [и др.] // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 6А. С. 46–55.

7. Трофимов Е.Н. Современное состояние и необходимые изменения системы профессионального образования в туризме и индустрии гостеприимства // Вестник РМАТ. 2022. № 3. С. 3–6.

8. Человекоцентричность – необходимое условие экономики будущего / С.А. Гальченко, О.Н. Сезонова, В.Н. Ходыревская [и др.] // Лидерство и менеджмент. 2022. Т. 9, № 2. С. 309–322.

9. Miseliunaite B., Kliziene I, Cibulska G. Can Holistic Education Solve the World's Problems: A Systematic Literature Review // Sustainability. 2022. No. 14(15). P. 9737.

10. Pshenichnykha, Y. Novi, I. Digital Skills Research for Tourism and Hospitality Staff // International Journal of Media and Information Literacy. 2023. Vol. 8, No. 1. P. 178–190.

УДК 338

Анализ роли санаторно-курортных организаций в корпоративном управлении укреплением здоровья работающих

Г.А. Фролов
Санаторий «Светлана» – сочинский филиал АО «ЦСТЭ» (холдинг),
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. На основе исследований корпоративных практик управления укреплением здоровья работающих и литературных источников, посвященных вопросам обеспечения здоровья работающих, рассматриваются социально-экономические перспективы внедрения данных управленче-

© Фролов Г.А., 2025

ских практик и их влияние на развитие санаторно-курортной сферы Российской Федерации. Анализируются ведущие тренды, которые способствуют вовлечению санаториев во взаимодействие с промышленными корпорациями. Выявлены основные механизмы взаимодействия санаторно-курортных организаций с системами корпоративного управления.
Ключевые слова: санаторно-курортные организации, санаторий, экономические механизмы, укрепление здоровья работающих, корпоративное здоровье

Analysis of the role of sanatorium-resort organizations in corporate management of workers' health promotion

G.A. Frolov
Sanatorium "Svetlana" Sochi Branch of JSC CSTE Holding,
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Based on research on corporate management practices for improving the health of employees and literary sources devoted to ensuring the health of employees, the socio-economic prospects for the introduction of these management practices and their impact on the development of the sanatorium-resort sector of the Russian Federation are considered. The leading trends that contribute to the involvement of sanatoriums in cooperation with industrial corporations are analyzed. The main mechanisms of interaction of sanatorium-resort organizations with corporate governance systems are revealed.
Keywords: sanatorium-resort organizations, sanatorium, economic mechanisms, health promotion of employees, corporate health

Укрепление здоровья трудящихся является важным аспектом социальной ответственности работодателей и одновременно значимым экономическим фактором повышения эффективности деятельности предприятия [10, 14]. Здоровье работника оказывает непосредственное влияние на качество выполняемой работы, уровень производительности и общую конкурентоспособность компании [15]. Современная экономика предъявляет высокие требования к состоянию человеческого капитала организаций, поэтому инвестиции в здоровье сотрудников становятся необходимым условием устойчивого развития бизнеса [8].

Зарубежные и российские корпорации постоянно совершенствуют систему управления корпоративным здоровьем работающих на своих предприятиях [5]. Выявлено, что реализация корпоративных программ укрепления здоровья является эффективным способом

для работодателей в решении проблемы сохранения корпоративного здоровья работающих, а также повышения производительности их труда [2, 10]. Актуальность проблемы корпоративного управления здоровьем сотрудников в условиях увеличивающего дефицита трудовых ресурсов выходит на новый уровень. Корпорации стремятся развивать систему управления здоровьем своего персонала, чтобы максимально использовать человеческие ресурсы, реализовывать потенциал своих ценных кадров.

Результаты зарубежных и отечественных исследований демонстрируют факты, свидетельствующие о достаточно высокой эффективности и рентабельности корпоративных программ укрепления здоровья работающих [2, 9]. Корпоративное управление здравоохранением включает следующие основные направления:

1. *Организация профилактических мер.* Регулярные медицинские осмотры позволяют своевременно выявлять заболевания и предотвращать осложнения, снижающие работоспособность сотрудников. Проведение вакцинаций против сезонных инфекций способствует снижению уровня заболеваемости среди персонала.

2. *Создание условий здорового образа жизни.* Поддержка активного отдыха, организация занятий спортом и популяризация правильного питания помогают сотрудникам поддерживать высокий уровень физической активности и энергии, повышая продуктивность и удовлетворенность работой.

3. *Медицинская помощь и реабилитационные мероприятия.* Предоставление медицинского обслуживания непосредственно на предприятии позволяет быстро реагировать на ухудшение состояния здоровья сотрудника, минимизировать последствия болезней и сократить сроки восстановления.

4. *Информационная поддержка и обучение.* Проведение лекций, семинаров и тренингов по вопросам охраны здоровья повышает осведомленность сотрудников о факторах риска и способах профилактики заболеваний, мотивируя их заботиться о своем здоровье.

Экономическая оценка затрат и выгод от укрепления здоровья сотрудников показывает, что инвестиции в укрепление здоровья сотрудников имеют высокую экономическую отдачу [15]. Улучшение показателей здоровья ведет к сокращению количества больничных листов, уменьшению числа случаев временной нетрудоспособности и повышению общей производительности труда. Согласно исследованиям российских экспертов, снижение частоты краткосрочных отпусков по болезни может повысить эффективность труда на 7–10%.

Здоровые сотрудники реже испытывают стресс и эмоциональное выгорание, демонстрируют большую вовлеченность и лояльность к компании. Это положительно сказывается на атмосфере в коллективе и уровне удержания кадров. Инвестиции в программы оздоровления окупаются за счет снижения расходов на привлечение новых специалистов и адаптации новичков.

Расходы на медицинское обслуживание и проведение профилактических мероприятий составляют незначительную долю общих издержек работодателя. Например, средняя стоимость ежегодного медосмотра одного сотрудника составляет около 8 тыс. рублей, тогда как средний ущерб от потерь рабочего времени вследствие временного отсутствия составляет 15–20 тыс. рублей. Таким образом, вложения в охрану здоровья являются экономически оправданными и приносят значительный положительный эффект [2].

Однако, как показал наш анализ опыта компаний, большинство корпоративных программ здоровьесбережения основаны на стандарте, разработанном еще в 1973 году, когда в США была сформирована и представлена концепция Программы поддержки сотрудников (ППС) (Employee Assistance Program). Программы здорового образа жизни и благополучия (Wellness & Wellbeing Programs) относятся к области управления ментальным (поведенческим) здоровьем и включают следующие компоненты:

- Программу поддержки сотрудников (EAP);
- Программу вмешательства в злоупотребление алкоголем/наркотиками;
- Оценку рисков для здоровья;
- Биометрическое тестирование;
- Программу сокращения курения.

Это, конечно, важные направления работы по улучшению здоровья сотрудников, но для современных условий явно недостаточные [12].

Министерство здравоохранения Российской Федерации предоставляет для использования на предприятиях специально разработанные Корпоративные модельные программы «Укрепление общественного здоровья» с приложением «Руководство по реализации модельной корпоративной программы «Укрепление здоровья работающих» [7]. К сожалению, эти модельные программы никак не затрагивают вопросы профилактики и оздоровления посредством санаторно-курортных организаций.

НИИ Организации здравоохранения и медицинского менеджмента разработан «Конструктор программ корпоративного

здоровья»[1], в котором к наиболее востребованным и результативным мероприятиям, выполняемым в процессе реализации на предприятиях корпоративных программ укрепления здоровья работающих, относят [1]: здоровое питание и рабочее место; повышение физической активности; сохранение психологического здоровья и благополучия, противодействие употреблению табака, снижение потребления алкоголя с вредными последствиями; противоэпидемические мероприятия по отраслям экономической деятельности в условиях сохранения рисков распространения COVID-19.

Таким образом, в большинстве исследований и практических разработок в сфере экономики и менеджмента здравоохранения и обеспечения здоровья работающих не рассматриваются вопросы взаимодействия с санаторно-курортными организациями и не проработаны ни медицинские, ни организационно-экономические механизмы совместной работы корпоративных структур, медицинских и санаторно-курортных организаций по этому важнейшему направлению.

Нами проведено исследование на основе анализа портала Российского союза промышленников и предпринимателей в части специализированной «Библиотеки корпоративных практик», в которой публикуются отчеты компаний о реализуемых ими программах социальной ответственности. Анализ данных 118 компаний по разделу «Программы, направленные на работников компаний. Безопасность труда, здоровье на рабочем месте»[2] показал, что результаты деятельности по данному направлению до 2020 года публиковались 57 компаниями. А данные о состоянии этой работы за 2023 или 2024 год опубликованы только двумя компаниями. Это не значит, что другие крупные промышленные структуры не осуществляют эту деятельность. У многих из них десятилетиями работает корпоративная система медицинского и санаторно-курортного обеспечения. Но, к сожалению, в Российской Федерации так и не сформирован механизм, обязывающий компании отчитываться о программах корпоративного здоровья. Имеющиеся нормативы определяют только обязательные медицинские осмотры для определенных категорий работающих. В отчетность и статистику попадают только данные о профессиональных заболеваниях и травмах. Система

[1] https://niioz.ru/tsentr-obshchestvennogo-zdorovya/korporativnoe-zdorove/konstruktor-programm-korporativnogo-zdorovya/

[2] https://rspp.ru/tables/company-employees-programs/

нефинансовой отчетности по вопросам устойчивого развития пока только формируется.

В настоящее время наиболее развернутая и системная отчетность предоставлена компанией ФосАгро, опыт которой может стать модельным для других корпораций [11]. ФосАгро – российская вертикально-интегрированная компания, занимающая одну из лидирующих позиций в мире по объемам выпуска фосфорсодержащих минеральных удобрений. Компания «ФосАгро» строит свою деятельность в содействии достижению ЦУР ООН. Входит в список из 37 компаний со всего мира, которым был присвоен статус Global Compact LEAD – лидера ведущей международной платформы, объединяющей социально-ответственный бизнес. ФосАгро напрямую оказывает содействие достижению 11 из 17 целей устойчивого развития ООН. Компанией определены целевые показатели в области социальной политики и соответствующие национальным целям: № 3 – Хорошее здоровье и благополучие. Компания «ФосАгро» уделяет пристальное внимание здоровью и профилактике заболеваний работников предприятий и членов их семей, обеспечению безопасных условий труда. Программа «Здоровье и отдых» включает, в том числе, организацию оздоровительного отдыха сотрудников и членов семей, ветеранов.

В рамках договора ДМС для работников организовано санаторно-курортное лечение в лечебно-профилактических учреждениях в городах присутствия, в корпоративных санаториях и на территории РФ. В целях проведения санаторно-курортного лечения сотрудников, оздоровительного отдыха с членами семей, детского оздоровительного отдыха в городах присутствия компании организована работа корпоративных санаториев: база отдыха «Сосновка» (Череповец), санаторно-гостиничный комплекс «Изумруд» (Балаково), санаторно-оздоровительный комплекс «Тирвас» (Кировск). Более 3,4 тыс. работников и членов их семей проходят ежегодное лечение в санаториях Краснодарского и Ставропольского краев, в корпоративных санаториях, а также в санаториях городов присутствия. В 2023 году на эти цели было направлено более 160 млн руб. Для работников и членов их семей ежегодно организуется оздоровительный отдых по бесплатным путевкам в курортных учреждениях юга России. Так, в 2023 году реализовано 1050 путевок в санаторные учреждения Краснодарского края, общая стоимость путевок – 50,44 млн руб. Более 1,2 тыс. ветеранов предприятий ежегодно проходят санаторно-курортное лечение в корпоративных санаториях и в санаториях городов присутствия компании.

Анализ опыта ведущих корпораций позволяет сделать вывод о том, что организация сотрудничества между предприятиями и санаториями становится эффективным инструментом реализации стратегий укрепления здоровья сотрудников. Такое взаимодействие открывает дополнительные возможности для комплексного подхода к профилактике заболеваний и восстановлению работоспособности персонала [4, 6].

Нами выделены следующие механизмы взаимодействия компаний с санаториями, которые учитывают возможные формы интеграции [3, 13] усилий предприятий и санаториев в рамках корпоративного управления здоровьем сотрудников:

1. *Программы лечебно-профилактического туризма.* Компании организуют регулярные групповые поездки сотрудников в санатории для прохождения курсов реабилитации и профилактики хронических заболеваний. Такой подход позволяет существенно снизить заболеваемость, особенно у лиц старше 40 лет, уменьшить количество повторных госпитализаций и осложнений сердечно-сосудистых патологий.

2. *Комплексные обследования и диагностика.* Многие российские санатории оснащены современным медицинским оборудованием и предлагают широкий спектр диагностических процедур. Корпорации сотрудничают с такими заведениями, предоставляя своим работникам возможность проходить углубленные профосмотры прямо во время отпуска или рабочей командировки.

3. *Реабилитационные курсы после тяжелых заболеваний и операций.* После перенесенных серьезных заболеваний или хирургических вмешательств важно восстановить физическую активность и общее состояние организма. Предприятия оплачивают сотрудникам путевки в специализированные санатории, где проводятся восстановительные процедуры, такие как физиотерапия, массажи, занятия ЛФК и другие методы медицинской реабилитации.

4. *Обучение основам здорового образа жизни.* Организуются краткосрочные туры в санатории, где специалисты проводят лекции и практические занятия по правильному питанию, режиму сна, физическим нагрузкам и психологическому здоровью. Такие мероприятия способствуют формированию устойчивых полезных привычек и осознанного отношения к своему организму. Эти мероприятия могут быть совмещены с деловой программой и тимбилдингом, что позволит комплексно подойти к решению задач сразу нескольких направлений корпоративной организационной культуры.

5. *Предоставление льготных путевок.* Некоторые крупные корпорации договариваются с санаториями о специальных условиях размещения сотрудников и членов их семей. Для поощрения отличившихся работников предоставляются скидки на проживание, питание и лечение.

6. *Телемедицинские консультации врачей санаториев.* Современные технологии позволяют организовать дистанционное консультирование сотрудников специалистами санаториев даже в период нахождения на рабочем месте. Подобный подход значительно расширяет доступ сотрудников к специализированной помощи и помогает избежать длительных поездок в стационарные клиники.

Реализация корпоративных проектов укрепления здоровья сотрудников совместно с санаториями – важный элемент современной стратегии HR-менеджмента крупных российских компаний. Этот подход позволяет решать сразу несколько стратегических задач: увеличение продолжительности трудовой активности высококвалифицированных специалистов, поддержание оптимального уровня профессионального долголетия, сохранение ценного трудового ресурса, профилактика производственного травматизма и профессиональных заболеваний. Такой подход демонстрирует свою практическую значимость и экономическую целесообразность, обеспечивая организациям долгосрочные конкурентные преимущества.

Список источников

1. Аксенова Е.И. Конструктор программ корпоративного здоровья // Московская медицина. 2021. Т. 6, № 46. С. 65–67.

2. Введенский А.И. Корпоративные программы профилактики профессиональных заболеваний // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2020. № 28(2). С. 202–206.

3. Войнова Я.А. Развитие санаторно-курортного продукта в условиях социально-экономических вызовов // Известия Субтропического научного центра Российской академии наук. 2024. № 4-1. С. 1–19.

4. Педагогические аспекты полиотраслевой подготовки кадров для развития здоровьесберегающего туризма / Т.В. Рассохина, А.Е. Трофимов, А.К. Орешкина [и др.] // Человеческий капитал. 2024. № 6 (186). С. 167–173.

5. Разработка пакета инструментов планирования и внедрения корпоративных программ укрепления здоровья в организационных коллективах / А.В. Концевая, А.А. Анциферова, Е.С. Иванова [и др.] // Экология человека. 2021. № 7. С. 58–64.

6. Рассохина Т. В., Шиндин А.Б. Адаптация систем управления персоналом гостиничных предприятий в условиях растущего дефицита кадров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Т. 14, № 1-1. С. 64–73.

7. Руководство по реализации модельной корпоративной программы «Укрепление здоровья работающих». URL: https://frpm.ru/docs/uzs/ruk_real_20200202.pdf (дата обращения: 9.04.2025).

8. Современное состояние системы управления процессом снижения нетрудоспособности работающего населения регионов страны / С.П. Ковалев, Е.Р. Яшина, П.С. Турзин [и др.] // Управленческое консультирование. 2023. № 12. С. 96–108.

9. Современные организационные аспекты укрепления корпоративного здоровья работающих / Е.И. Аксенова, Н.Н. Камынина, Д.П. Дербенев [и др.] // Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. 2024. № 5. С. 580–601.

10. Федеральный проект «Укрепление общественного здоровья». URL: https://www.rosminzdrav.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh (дата обращения: 9.04.2025).

11. ФОСАГРО. Поддержка здоровья и здорового образа жизни. URL: https://rspp.ru/upload/uf/162/8agkcwg30fdeihim1blr79m55bren0c9/Podderzhka-zdorovya-i-ZOZH_Fin.-2-_1_.pdf (дата обращения: 9.04.2025).

12. Фролов Г.А. Роль велнес-туризма как нового продукта предприятий санаторно-курортной сферы // Экономика, бизнес, инновации: актуальные вопросы теории и практики: сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2024. С. 59–62.

13. Фролов Г.А. Факторы устойчивого развития предприятий санаторно-курортного комплекса // Вестник РМАТ. 2023. № 2. С. 5–11.

14. Moroni, A. Effectiveness of Workplace Health Promotion (WHP) interventions in university employees: a scoping review / A. Moroni, R. Degan, B. Martin [et al.] // Health Promot Int. 2023. Vol. 38, no. 1. P. daac171.

15. Peik, S. Projected return on investment of a corporate global health programme / S. Peik, E. Schimmel, S. Hejazi // BMC Public Health. 2019. Vol. 19, no. 1. Art. No. 1476.

УДК 338.48

Развитие ресурсного потенциала местного туризма в ходе трансформации объектов культуры

А.В. Фрыгин
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы участия органов местного самоуправления в развитии сферы туризма и гостеприимства. В условиях недостатка бюджетных ресурсов, имеющихся ограничений в законодательстве одной из возможных инициатив муниципальных структур в решение данной проблемы в части привлечения потенциальных пользователей может явиться трансформация существующих объектов культуры.
Ключевые слова: внутренний туризм, парки культуры, трансформация объектов культуры, социальный и экономический эффекты, бюджет

Development of the resource potential of local tourism during the transformation of cultural objects

A.V. Frygin
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article discusses the issues of the participation of local governments in the development of tourism and hospitality. Given the lack of budgetary resources and existing restrictions in legislation, one of the possible initiatives of municipal structures to solve this problem in terms of attracting potential users may be the transformation of existing cultural facilities.
Keywords: domestic tourism, cultural parks, transformation of cultural facilities, social and economic effect, budget

Развитие индустрии внутреннего туризма, получившее значительный импульс в последние годы, в том числе и из-за сокращения внешних турпотоков, неразрывно связано с культурным наследием. В контексте общенационального и регионального развития выявляется их тесная взаимосвязь и взаимозависимость, а также общность проблем, которые необходимо решать. Активное взаимодействие туризма и культуры способствует повышению экономического потенциала территорий, обеспечению социального равновесия [2].

© Фрыгин А.В., 2025

Как уже неоднократно отмечалось, сфера туризма обладает значительным мультипликативным эффектом, влияющим на многие отрасли экономики, такие как потребительский рынок, гостиничное хозяйство, транспортное обслуживание и т.д. Такая отрасль как культура при умелом подходе способна этот положительный потенциал приумножить. И не случайно во многих регионах и муниципалитетах, входящих в их состав, образуются управленческие структуры (министерства, департаменты, комитеты), в которых указанные направления объединены.

Каждая из территорий имеет свои исторические, климатические, религиозные и другие особенности, которые влияют на выбор приоритетов развития: все зависит от целей и задач, которые ставят перед собой органы государственного управления и органы местного самоуправления на конкретном временном промежутке, и возможностей, в первую очередь финансовых, которыми она обладает.

Необходимо отметить, что большая часть субъектов Российской Федерации и муниципальных образований не обладает значимым туристским потенциалом, в том числе и в сфере культуры, который способен привлечь туристские потоки [1]. В этой связи территорию страны, с определенной степенью условности, можно разбить на следующие категории:

- места, посещаемые туристами (архитектурные и исторические памятники, фестивали, центры проведения спортивных соревнований);
- места смешанного пользования (музеи, театры, разовые экскурсии);
- места, посещаемые в основном местным населением.

Привлекательность последних сводится к удовлетворению потребностей местного населения и тех, кто проживает на близлежащих территориях. К тому же немалая часть населения является недостаточно мобильной, не желающей отправляться в длительные туры. В свою очередь, управленческие структуры заинтересованы в развитии собственной территории и им важно предложить пользующие спросом услуги в виде туристского и культурного продукта надлежащего качества не только гостям, но и населению, на этой территории проживающему. При этом следует учесть, что практически все рычаги управления, включающие финансовые, материальные, технические и административные ресурсы сосредоточены в руках властных структур [5]. Добавим: и именно на них возложены основные функции и ответственность в решении данных вопросов [4].

Что можно в связи с этим предложить потенциальным потребителям услуг? Основным направлением работы здесь видится трансформация существующих объектов исходя из задач, стоящих перед властными структурами, и с учетом активов, находящихся в их распоряжении [8].

Рассмотрим возможное их решение на примере парков культуры и отдыха, существующих практически в каждом муниципальном образовании. Конечно, по своему масштабу городские парки не могут сравниться с Диснейлендом или Центральным парком культуры и отдыха в Москве. Но стать удачным дополнением к уже существующим городским объектам, привлекающим посетителей, они могут вполне [6].

Их привлекательность объясняется не только рекреационными возможностями, но и наличием соответствующей инфраструктуры, способной удовлетворить потребности посетителей в соответствии с современными требованиями. Это вызывает, в свою очередь, необходимость изменения подходов к организации деятельности парков культуры и отдыха со стороны органов управления с учетом предполагаемой экономии затрат и ресурсов, которые можно направить на развитие парков.

За основу расчетов возьмем среднестатистический городской парк культуры и отдыха, располагающий головной территорией и несколькими подразделениями, расположенными в разных частях муниципального образования. Основными характеристиками парка являются:

- площадь парковой территории, 62 га
  в том числе центрального парка 20 га
- количество подразделений
  (кроме центрального парка) 6 ед.
- объем бюджетного финансирования, всего, 60 млн руб.
  в том числе центрального парка 20 млн руб.
- штатная численность персонала 68 чел.
- количество посещений 52 тыс. ед.

Проект «Умный парк» направлен на внедрение новых решений и технологий с целью повышения эффективности и надежности системы управления парковым ансамблем, повышения его привлекательности, увеличения посещаемости гостями и местными жителями. Другими словами, предполагаемые изменения учитывают как экономическую (уменьшение расходов бюджета, с учетом возможного применения льготного налогообложения), так и социальную (рост посещений) составляющие [3]. Высвобождаемые в результате

проведенных мероприятий средства направляются на модернизацию и замену оборудования, что повысит привлекательность парка как центра притяжения населения.

Первое направление включает разработку мероприятий по экономии и потреблению энергоресурсов. В частности, внедрение современной системы с искусственным интеллектом, позволяющее оперативно реагировать на процессы включения / выключения уличного освещения, устранять нарушения в его работе образует экономию в расчете на год в объеме 0,2 тыс. руб. Помимо этого, замена натриевых ламп мощностью 70 ватт на диодные мощностью 30 ватт образует более чем двухразовую экономию – ориентировочно 0,6 тыс. руб.

Интересным представляется модернизация водоснабжения и водоотведения (установка сенсорных систем), что позволит исключить бесперебойное использование водных ресурсов. Это заключается во внедрении автоматической системы полива с искусственным интеллектом, учитывающим погодные условия и способность поддерживать микроклимат путем определения влажности и необходимости орошения зеленых насаждений. Управление ирригационными системами на больших площадях с помощью беспроводной связи способствует накоплению и хранению информации о работе оросительной системы и позволяет сэкономить 0,2 млн руб.

Значительные средства любой структурной единицы расходуются на выплату заработной платы физическим лицам, занятым охраной территории. В нашем случае фонд заработной платы составляет 5,4 млн руб. при штатной численности 12 человек. Предполагается создание единого центра по всем парковым территориям, исключение из штатного расписания должностей охранников и начальников территорий и введение в штатное расписание 3 должностей операторов (посменно) с фондом заработной платы 2,9 тыс. руб., которые будут осуществлять контроль за территорией по камерам видеонаблюдения, получать в автоматическом режиме сигналы о поломках и выходе оборудования из строя, наличии людей в парке на момент закрытия, возникших нарушениях общественного порядка, что позволит оперативно реагировать на нештатные ситуации.

Системе видеонаблюдения придается и большое аналитическое значение. Внедрение искусственного интеллекта для контроля за содержанием территории, наличием поврежденных элементов, аналитикой потока посетителей позволит моделировать различные ситуации работы инфраструктуры. Сюда можно отнести измене-

ние маршрутной сети, временное закрытие для ремонта отдельных участков, анализ посещения зон отдыха и развлечений, определить ценовую политику платных услуг, организацию (вплоть до состава меню) пунктов общественного питания.

Система внедрения малых коммунальных роботов, работающих в автономном режиме, позволит высвободить около 50% ставок дворников, занимающихся ручной уборкой с общим фондом заработной платы 12,5 млн руб. Сменное навесное оборудование при этом обеспечит поддержание комфортной среды вне зависимости от погодных условий, сезона, времени суток. Внедрение датчиков определения перенакопления мусора оперативно решит вопрос необходимости уборки территории парка.

Одним из резервов экономии бюджетных средств, не связанных с использованием искусственного интеллекта, является перевод на аутсорсинг ряда направлений, имеющих сезонный характер и не требующих постоянного содержания персонала. К ним относятся должности агронома, садовника, некоторые рабочие должности. Использование договорных отношений считается целесообразным по заявкам в период проведения масштабных культурно-массовых, спортивных мероприятий или исходя их сезонности осуществления отдельных работ. Сюда же можно отнести возможность использования необходимой техники вместо ее содержания и поддержания в рабочем состоянии в период, когда она не эксплуатируется. Общая сумма экономии составит при этом 15 млн руб.

В целом положительными сторонами предлагаемой трансформации и вводимых изменений должны явиться:

- повышение уровня безопасности;
- общедоступность, в том числе для маломобильных групп населения;
- периодический мониторинг системы обслуживания;
- экономия энергоресурсов;
- рациональное использование рабочего времени;
- улучшение городской среды;
- внедрение новейших технологий;
- автономность;
- повышение качества оказываемых услуг;
- эффективная эксплуатация и техническое обслуживание оборудования.

Выводы. Внедрение искусственного интеллекта в систему функционирования парка культуры и отдыха позволяет определить норматив содержания (в денежном выражении) исходя из особен-

ностей каждого структурного подразделения, оптимизировать ряд рутинных работ. Это способствует эффективному распределению ресурсов, поддержке высокого уровня комфорта для посетителей, повышению контроля за выполнением работ [7]. Важная задача вовлеченности посетителей достигается при помощи виртуальных маршрутов, навигации электронными панелями табло, предоставляющими информацию об исторических и других достопримечательностях, насыщенности парка природными объектами и объектами сервиса, а также особенностями конкретного паркового ансамбля.

Список источников

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 26.12.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (дата обращения: 20.03.2025).

2. Леонидова Е.Г. Туризм как экономический драйвер территории // Бюджет. 2023. № 11. С. 69–71.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 20.03.2025).

4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: https://национальныепроекты.рф/projects/turizm/ (дата обращения: 20.03.2025).

5. Новосельская В.В. Туризм и культура как факторы регионального развития: проблемы взаимосвязи // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2020. № 2. С. 32–43.

6. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129 «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

7. Тарасенко В.Н. Управление культурой туризма как фактор сохранения культурного наследия // Бизнес и дизайн ревю. 2021. № 2. С. 10–16.

8. Федеральный закон от 6.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 13.12.2024) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 20.03.2025).

УДК 338

Опыт поддержки активного предпринимательского сообщества посредством развития экономики событий

К.Е. Черных
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. На основе исследований опыта регионов Российской Федерации рассматривается роль событий в социально-экономическом развитии территорий и предпринимательского сообщества. Анализируются лучшие практики современной экономики событий и их влияние на уровень предпринимательской активности в регионе, количество новых предприятий и рабочих мест. Выявлены инструменты формирования и поддержки бизнес-среды посредством развития событийной индустрии.
Ключевые слова: событийная индустрия, экономика событий, предпринимательство, бизнес-среда, событийные платформы, территориальное развитие, предпринимательские экосистемы

The experience of supporting an active business community through the development of the event economy

K.E. Chernykh
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Based on the research experience of the regions of the Russian Federation, the role of events in the socio-economic development of territories and the business community is considered. The article analyzes the best practices of modern event economics and their impact on the level of entrepreneurial activity in the region, the number of new enterprises and jobs. The tools for the formation and support of the business environment through the development of the event industry have been identified.
Keywords: event industry, event economics, entrepreneurship, business environment, event platforms, territorial development, entrepreneurial ecosystems

В современной экономической ситуации одной из важнейших задач территориального управления является создание условий для развития бизнеса и создание условий для его роста [5]. Ведь имен-

© Черных К.Е., 2025

но предприниматели являются движущей силой экономики и источником новых идей [1]. Одним из самых действенных способов поддержать бизнес-среду стало проведение различных деловых мероприятий, которые дают возможность предпринимателям общаться, делиться опытом и находить новые возможности для развития [3]. Комплексное проведение мероприятий для предпринимателей и событий с их участием положительно влияют на развитие территорий.

Современная событийная экономика представляет собой целостную систему организации мероприятий, направленную на формирование устойчивых деловых связей и стимулирование предпринимательской активности. В рамках данного подхода ключевое значение приобретают механизмы создания и управления событийными платформами, способствующими эффективному взаимодействию субъектов предпринимательской деятельности.

Теоретический анализ [5] показывает, что в основе экономики событий лежат три основополагающих принципа:

1. Сетевой подход, обеспечивающий формирование устойчивых деловых связей между участниками предпринимательского сообщества посредством организации специализированных мероприятий.

2. Концепция событийного маркетинга, ориентированная на создание уникального опыта и впечатлений для участников мероприятий.

3. Теория стейкхолдерского управления, предполагающая учет интересов всех участников событийной экосистемы.

В контексте развития предпринимательского сообщества экономика событий выполняет следующие ключевые функции:

- коммуникативную (становление деловых контактов и партнерских отношений);
- информационную (обмен опытом и знаниями между предпринимателями);
- инновационную (генерация новых бизнес-идей и решений);
- инфраструктурную (формирование площадок для взаимодействия участников рынка).

Существенное значение имеет синергетический эффект, возникающий при интеграции различных событийных мероприятий. Это выражается в создании целостной экосистемы, где каждое событие усиливает воздействие других мероприятий на предпринимательское сообщество.

Нами выделены следующие наиболее эффективные форматы событийных мероприятий для развития предпринимательского сообщества:

1. Деловые форумы и конференции;
2, Специализированные выставки и ярмарки;
3. Нетворкинг-сессии и бизнес-завтраки;
4. Образовательные программы и мастер-классы;
5. Конкурсные мероприятия и акселерационные программы.

Эмпирические исследования опыта реализации мероприятий в регионах Российской Федерации демонстрируют, что успешная реализация событийных мероприятий способствует:

- росту предпринимательской активности;
- ускорению процессов распространения инноваций;
- формированию профессиональных сообществ;
- развитию межрегиональных и международных связей.

Таким образом, экономика событий определяет комплексный инструмент развития предпринимательского сообщества, основанный на принципах сетевого взаимодействия, событийного маркетинга и стейкхолдерского управления. Эффективность данного подхода определяется способностью формировать устойчивые связи между участниками бизнес-среды и создавать благоприятные условия для развития предпринимательской активности.

Был проведен анализ основных инструментов формирования и поддержки бизнес-среды через организацию различных мероприятий. Исследование основывается на системном подходе к изучению взаимодействия элементов предпринимательской экосистемы.

Нами выделены ключевые инструменты формирования активной бизнес-среды, классификационные признаки которых отражены в табл. 1.

Исследования показывают, что успешность формирования бизнес-среды зависит от следующих факторов:

- уровня организации мероприятий;
- активности участников;
- наличия обратной связи;
- системности проведения мероприятий;
- соответствия мероприятий потребностям целевой аудитории.

С точки зрения организации событий на территории, как правило, возникает запрос на привлечение предпринимателей в организаторы, партнеры, спонсоры. Привлекаются специалисты и компании на разные виды услуг. Создаются рабочие места, что положительно влияет на вовлечение местного населения в развитие территории. Одним из ярких примеров является арт-парк «Никола-Ленивец». На реке Угра в небольшом поселении стали появляться яркие идеи по созданию «перфомансов», к которым стали подключаться местные

Таблица 1

Ключевые инструменты бизнес-среды

Типы инструментов	Интеграционные инструменты, обеспечивающие объединение всех заинтересованных сторон в единую событийную среду	Инструменты активизации предпринимательской деятельности	Инструменты поддержки и развития
Классификационные признаки	Платформа для взаимодействия	Организация обучающих программ	Финансовая помощь организаторам
	Система координации участников	Проведение конкурсных мероприятий	Обеспечение необходимой инфраструктуры
	Механизм формирования общих ценностей	Создание площадок для презентации проектов	Информационное сопровождение

жители. Со временем стали создаваться более масштабные события, которые известны на всю страну и где задействованы тысячи российских предпринимателей и специалистов.

Не менее ярким примером является город Нижний Новгород, где заметно выросли турпоток и число инвестиций после проведения празднования 800-летия. Во-первых, в городе прошла масштабная реконструкция, внешне он изменился в лучшую сторону. Во-вторых, были проведены мероприятия разных форматов, в которых участвовали гости соседних регионов, была улучшена туристская инфраструктура. После завершения праздника стали активно создаваться точки притяжения: винтажные маркеты, бары на открытом воздухе, кофейни и др. Все это – деятельность предпринимателей. В результате, в период с 2021 года рост турпотока составляет 10% ежегодно. 50% от общего числа туристского потока – гости из Москвы. Средняя загрузка отелей – 80%. Статистика подтверждает, что события благоприятно влияют на территорию и создают дополнительные возможности для развития предпринимательства.

В 2024 году город Суздаль отметил 100-летие. Были проведены масштабные реконструкции и серия мероприятий. Созданы новые рестораны, гостиницы, открыта новая платная трасса, наблюдается рост среднего чека на туристские услуги на 50–70%. Это связано с повышением уровня качества обслуживания, созданием «модных» точек притяжения и относительной близостью к Москве.

Нами выделены основные этапы организации событий, основные мероприятия и характеристики которых отражены в табл. 2.

Таблица 2

Этапы организации событий

Этапы	Подготовка	Организация	Реализация	Закрытие проекта
Ключевые мероприятия	Определение целевой аудитории	Составление программы	Координация работы	Анализ результатов
	Постановка целей и задач	Привлечение участников	Мониторинг	Формирование отчетности
	Разработка концепции	Логистическое обеспечение	Сбор обратной связи	Развитие возникших связей
	Формирование команды	Информационное сопровождение	Документирование	Планирование будущих мероприятий

Во время проведения анализа по завершению события можно выделить необходимые критерии эффективности как проведения мероприятия, так и формирования бизнес-среды внутри предпринимательского сообщества. Примеры критериев эффективности формирования бизнес-среды:

- количество установленных деловых контактов;
- качество сформированных связей;
- реализация достигнутых договоренностей;
- удовлетворенность участников;
- динамика развития бизнес-сообщества.

Практическое применение механизмов формирования предпринимательского окружения показывает следующие результаты:

- рост числа бизнес-инициатив;
- улучшение качества взаимодействия;
- развитие инновационных подходов;
- формирование устойчивых деловых связей;
- повышение общей предпринимательской активности.

Таким образом, инструменты формирования и поддержки активной бизнес-среды через организацию мероприятий средствами развития событийной индустрии представляют собой комплексную систему, направленную на развитие предпринимательской экосистемы. Успешность этой системы определяется качеством реализации всех компонентов и их согласованностью между собой. Анализ успешных кейсов демонстрирует эффективность применения механизмов и инструментов экономики событий для развития предпринимательского сообщества.

Список источников

1. Иванов А.В. Событийный маркетинг в развитии предпринимательского сообщества // Маркетинг в России. 2023. № 4. С. 15–22.

2. Исследование рынка деловых мероприятий // Аналитический портал Event-индустрии. URL: https://events.ru/research (дата обращения: 07.04.2025).

3. Козлов Д.А. Развитие предпринимательского сообщества через событийные мероприятия // Материалы международной конференции «Инновации в бизнесе». М., 2023. С. 123–128.

4. Отчет о деятельности Торгово-промышленной палаты РФ за 2024 год. М., 2024. 125 с.

5. Петров С.Н. Механизмы формирования бизнес-экосистемы // Экономика и управление. 2023. № 3. С. 45–51.

6. Портал поддержки малого и среднего предпринимательства. URL: https://www.mbm.ru (дата обращения: 07.04.2025).

7. Сысоева Е.Ю., Черных К.Е. «Гонка героев» как драйвер развития общества и событийного туризма // Научный вестник МГИФКСиТ. 2021. № 1(67). С. 36–41.

8. Формирование моделей устойчивого развития туризма на региональном уровне: монография / В.Г. Гуляев, А.С. Соколов, Т.В. Рассохина [и др.]; Российская международная академия туризма. М.: Университетская книга, 2016. 407 с.

9. Черных К.Е. Современные тенденции сферы гостеприимства: возможности и угрозы // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства: сб. статей / под ред. Е.Ю. Никольской. М., 2021. С. 279–284.

10. A project-based approach to ensuring the competitiveness of a region's tourism-recreation complex / T.P. Levchenko, E.V. Koryagina, T.V. Rassokhina [et al.] // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9, No. 8(32). P. 1706–1711.

11. Chernykh K.E., Frolova O.A. Folk art crafts of Dagestan Republic as a factor of tourism development // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Vol. 14, No. 3. P. 325–330.

УДК 910.2

Географические технологии освоения туристско-рекреационного пространства

Н.В. Шабалина
Центр инновационных технологий карьерного развития географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматривается роль современных географических технологий в трансформации и управлении туристско-рекреационным пространством (ТРП). Автор анализирует ключевые инструменты, включая геоинформационные системы (ГИС), дистанционное зондирование Земли (ДЗЗ), цифровое картографирование, big data, VR/AR и геопорталы, которые позволяют оптимизировать планирование, минимизировать экологические риски и повышать инвестиционную привлекательность территорий. Особое внимание уделено кластерному подходу, реализованному в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма» (2011–2018), и специфическим характеристикам проектов туристско-рекреационных кластеров, таким как высокая капиталоемкость, сезонность и зависимость от природных ресурсов. На примере успешных российских проектов («Роза Хутор», «Байкальская гавань», «Золотое кольцо 2.0», «Херсонес Таврический») показано, как технологии способствуют точному проектированию (3D-моделирование рельефа, зонирование); экологическому мониторингу (контроль нагрузки на ООПТ, выявление нарушений); управлению туристскими потоками (анализ big data, умные навигационные системы); продвижению территорий (VR-туры, AR-гиды, краудсорсинговые

© Шабалина Н.В., 2025

платформы). В статье подчеркивается, что использование географических технологий формирует новую парадигму устойчивого развития туристско-рекреационного пространства, сочетающую экономическую эффективность, экологическую безопасность и социальную ориентированность. Для массового внедрения географических технологий в инвестиционные туристские проекты необходима консолидация усилий науки, бизнеса и государства.

Ключевые слова: географические технологии, туристско-рекреационное пространство, ГИС и дистанционное зондирование, цифровое картографирование, большие данные (big data), виртуальная и дополненная реальность (VR/AR), кластерный подход, устойчивый туризм, инвестиционные проекты, управление туристскими потоками

Geographical technologies for the development of tourist and recreational space

N.V. Shabalina
Center for Innovative Career Development Technologies,
Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the role of modern geographic technologies in transforming and managing tourist and recreational spaces (TRS). The author analyzes key tools, including geographic information systems (GIS), remote sensing (RS), digital mapping, big data, VR/AR, and geoportals, which enable optimized planning, minimized environmental risks, and enhanced investment attractiveness of territories. Particular attention is paid to the cluster approach implemented under the Federal Target Program "Development of Domestic and Inbound Tourism in the Russian Federation" (2011–2018) and the specific characteristics of tourist and recreational cluster projects, such as high capital intensity, seasonality, and dependence on natural resources. Using examples of successful Russian projects ("Rosa Khutor", "Baikal Harbor", "Golden Ring 2.0", "Tauric Chersonese"), the article demonstrates how these technologies contribute to precise planning (3D terrain modeling, zoning), environmental monitoring (assessing visitor pressure on protected areas, identifying violations), tourist flow management (big data analytics, smart navigation systems), and destination promotion (VR tours, AR guides, crowdsourcing platforms). The article emphasizes that the use of geographic technologies shapes a new paradigm for the sustainable development of tourist and recreational spaces, combining economic efficiency, environmental safety, and social orientation. The widespread adoption of geographic technologies in tourism investment projects requires the consolidation of efforts among academia, businesses, and the government.

Keywords: geographic technologies, tourist and recreational space (TRS), GIS and remote sensing, digital mapping, big data, virtual and augmented reality (VR/AR), cluster approach, sustainable tourism, investment projects, tourist flow management

Введение

В современной системе знаний географические технологии становятся ключевым инструментом освоения и трансформации туристско-рекреационного пространства. Их применение позволяет перейти от традиционных методов планирования к принципиально новому уровню управления туристскими территориями на основе анализа больших данных, научного прогнозирования и при реализации инвестиционных туристских проектов при обязательном проведении их туристско-рекреационной экспертизы. Эволюция подходов к освоению туристско-рекреационного пространства демонстрирует последовательный переход от классических методов картографирования и полевых исследований к комплексному использованию геоинформационных систем, дистанционного зондирования и цифрового моделирования. Этот процесс нашел отражение в стратегических документах, включая Указ Президента № 529 (2024) и национальный проект «Туризм и гостеприимство», которые закрепили приоритетность технологического развития отрасли [16]. Современные географические технологии предлагают принципиально новые возможности для туристской индустрии. Анализ больших данных и искусственный интеллект позволяют не только отслеживать перемещения туристов в реальном времени, но и прогнозировать сезонные нагрузки, оптимизировать маршруты и выявлять перспективные направления развития. Ярким примером служит ГИС-оценка масштабного проекта «5 морей и озеро Байкал», где технологии пространственного анализа позволили сбалансировать рекреационную нагрузку и природоохранные требования.

Особое значение продолжает демонстрировать кластерный подход к организации туристско-рекреационного пространства, который реализуется через создание цифровых двойников территорий. Такие модели позволяют протестировать различные сценарии развития инфраструктуры, рассчитать экономические эффекты и минимизировать экологические риски до начала реального строительства. Практическая реализация этих подходов уже сегодня демонстрирует свою эффективность.

Перспективы отрасли связаны с комплексной цифровизацией управления туристскими территориями. Стратегия развития туриз-

ма в Российской Федерации до 2035 года предусматривает последовательное внедрение технологических решений: от создания единых ГИС-платформ мониторинга до разработки адаптивных моделей кадрового обеспечения [15]. Особое внимание следует уделять инвестиционным проектам в сфере туризма, которые должны придать новый импульс устойчивому социально-экономическому развитию регионов Российской Федерации.

Основная часть

Туристско-рекреационное пространство (ТРП) – часть социально-экономического пространства, обладающая природным, культурным и инфраструктурным потенциалом для развития туризма и рекреации [4]. Его формирование и развитие зависят от:

- природных особенностей (ландшафты и их отдельные компоненты: климат, биоразнообразие);
- социокультурного наследия (исторические памятники, культура и традиции, этнографические особенности);
- стратегических приоритетов региона (экономика, инвестиции, инфраструктура).

Главная цель управления ТРП – реализация эффективных туристско-рекреационных проектов на кластерной основе – туристско-рекреационных кластеров (ТРК), обеспечивающих устойчивое развитие территории. Концепция туристско-рекреационных кластеров нашла отражение в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011–2018 гг.» [18]. Программа стала ответом на ключевые вызовы туристской отрасли: морально и физически устаревшую инфраструктуру, низкую конкурентоспособность российских курортов на международном рынке и слабую взаимосвязь между региональными туристскими продуктами.

Туристско-рекреационные кластеры (ТРК) рассматривались как территориально-локализованные комплексы, объединяющие предприятия туриндустрии, транспортные компании, объекты размещения, культурно-развлекательные учреждения и сопутствующие сервисы в единую логистическую и маркетинговую систему. Согласно концепции ФЦП, ТРК должны были стать не просто центрами туристской активности, но и драйверами развития смежных отраслей – строительства, транспорта, сельского хозяйства и пищевой промышленности [9].

Финансовая модель программы основывалась на принципах государственно-частного партнерства с четким распределением зон

ответственности: федеральный бюджет финансировал создание и модернизацию крупной инфраструктуры (аэропорты, автомагистрали, инженерные коммуникации), региональные власти инвестировали в объекты среднего уровня (гостиницы, музеи, рекреационные зоны), а частные инвесторы развивали сервисную составляющую и развлекательную инфраструктуру. Реализация программы проходила в три отчетливых этапа, результатом которой стало формирование 45 туристско-рекреационных кластеров в 35 субъектах Российской Федерации [9].

Анализ проектов туристско-рекреационных кластеров наглядно продемонстрировал их специфические черты как инвестиционных проектов, которые необходимо учитывать при их разработке и реализации [2, 5, 8]:

1. *Высокая капиталоемкость и длительные сроки окупаемости*

Проекты требуют значительных первоначальных вложений в инфраструктуру – от строительства объектов размещения до развития транспортных систем и инженерных коммуникаций. Например, создание горнолыжного курорта предполагает инвестиции в подъемники, гостиницы, дорожную сеть и сервисные объекты, при этом средний срок окупаемости таких проектов составляет 5–10 лет. Однако успешные проекты способны стать драйверами регионального развития, стимулируя смежные отрасли.

2. *Выраженная сезонность*

Туристская активность демонстрирует значительные колебания в течение года. Черноморские курорты России, например, летом загружены на 70%, тогда как зимой этот показатель падает до 20%. Для снижения сезонности требуется разработка специальных программ (деловой туризм, оздоровительные услуги, событийные мероприятия) и соответствующей инфраструктуры (крытые бассейны, СПА-комплексы).

3. *Зависимость от природных и культурных ресурсов*

Реализация проектов часто связана с использованием уникальных природных ландшафтов и объектов культурного наследия, что накладывает существенные ограничения. На Байкале, например, действуют строгие экологические требования к очистным сооружениям, а в музее-заповеднике «Бородинское поле» – ограничения по высотности и архитектурным решениям новых объектов.

4. *Комплексный характер*

Успешная реализация требует синхронизированного развития различных элементов: транспортной инфраструктуры, инженерных сетей, объектов размещения и сервиса. Несогласованность в реали-

зации отдельных компонентов может привести к удорожанию проекта и снижению качества обслуживания.

5. *Чувствительность к внешним факторам*

Проекты крайне восприимчивы к экономическим кризисам, политической нестабильности, эпидемиологическим угрозам. Пандемия COVID-19, например, привела к сокращению туристского потока на 60–80% и заморозке многих проектов, включая комплекс «Лагонаки» в Краснодарском крае.

6. *Необходимость государственно-частного партнерства*

ГЧП становится ключевым механизмом реализации крупных проектов, где государство берет на себя инфраструктурную составляющую, а бизнес – сервисные объекты. Такой подход позволяет распределить риски и ускорить реализацию.

7. *Специфические требования к кадрам*

Отрасль требует квалифицированного персонала, при этом сталкивается с проблемой сезонных колебаний занятости. Проекты вроде «Архыза» включают программы подготовки местных кадров, что способствует устойчивому развитию территорий.

8. *Значительный мультипликативный эффект*

Каждое рабочее место в сфере туризма создает 3–5 рабочих мест в смежных отраслях, стимулируя развитие местной экономики.

9. *Жесткие требования безопасности*

Проекты должны соответствовать международным стандартам, что особенно важно для крупных объектов. Олимпийские сооружения в Сочи, например, строились с учетом строгих требований МОК.

10. *Важность брендинга и маркетинга*

Успешные проекты, такие как «Роза Хутор», демонстрируют важность комплексного маркетинга и создания узнаваемого бренда.

Современные географические технологии играют ключевую роль в создании, управлении и продвижении туристско-рекреационных проектов. Они позволяют оптимизировать размещение объектов, минимизировать экологические риски, повышать привлекательность территорий и управлять туристскими потоками.

Анализ инвестиционных проектов туристско-рекреационных кластеров показал, что наиболее часто используемые и эффективные технологии следующие:

1. *ГИС-технологии,* которые используются для:

• анализа туристского потенциала – комплексной оценки возможностей территории для туристско-рекреационного освоения на основе данных о природных, культурных и инфраструктурных ресурсах [28];

• разработки мастер-планов туристских территорий, включая определения оптимальных мест для строительства отелей, транспортных узлов, туристско-рекреационных зон с учетом ландшафтных и экологических ограничений [10];

• мониторинга туристской нагрузки – контроля за посещаемостью особо охраняемых природных территорий, природных парков, музеев и курортов для предотвращения деградации экосистем [23].

Примером эффективного использования ГИС-технологий в туризме могут служить такие реализованные проекты, как «Байкальская гавань» (геоинформационные технологии использовались для комплексной оценки территории и ее природных компонентов с учетом зон высокой концентрации природных аттракций и зон с административными ограничениями); проект «Золотое кольцо 2.0» (была создана цифровая карта исторических поселений Центральной России, на основе анализа более 30 параметров определены «точки роста» для проектирования новых туристских маршрутов); проект горнолыжного курорта «Архыз» (при проектировании трасс было проведено 3D-моделирование рельефа, также произведен расчет зон видимости при размещении канатных дорог, и при проектировании отелей были смоделированы наиболее защищенные от ветровой нагрузки участки).

2. *Дистанционное зондирование Земли (ДЗЗ) и аэрофотосъемка,* которые применяются для [25, 26]:

• оценки состояния природных объектов – мониторинг лесов, водоемов, береговых линий для выявления изменений, вызванных туристской деятельностью;

• 3D-моделирования рельефа – проектирование горнолыжных трасс, пешеходных маршрутов с учетом особенностей ландшафта;

• контроля за строительством – выявление несанкционированных построек в охранных зонах памятников природы и культуры.

Так, на курорте «Роза Хутор» (Краснодарский край) проводится ежегодный мониторинг склонов с помощью мультиспектральной съемки для оперативного восстановления поврежденных склонов перед горнолыжным сезоном; при реализации туристского проекта на озере Байкал был осуществлен спутниковый контроль антропогенного влияния, в результате которого были обнаружены несанкционированные инфраструктурные объекты и стихийно сформированные свалки в прибрежной зоне [7]. Уникальным примером использования аэрофотосъемки в туристско-рекреационных целях может служить оценка состояния береговой полосы Республики

Крым (120 км) после штормовых явлений, проводимая в период с 2020 по 2023 г. В результате было восстановлено 5,3 км береговой линии в районе Евпатории и Феодосии и два участка дюнных ландшафтов.

3. *Цифровое картографирование и навигационные технологии,* включая:

• создание интерактивных туристских карт – для навигации по маршрутам, поиска объектов инфраструктуры (отели, кафе, достопримечательности);

• разработку мобильных приложений с GPS-навигацией для самостоятельных туристов (например, приложения для треккинга в горах Кавказа);

• умные системы управления туристскими потоками – анализ данных с датчиков и камер для распределения туристов и предотвращения перегрузки популярных мест [21, 23, 27].

Эффективность указанных технологий можно определить по развитию таких проектов, как туристский портал «Русский Север» (Архангельская область), Цифровой атлас «Золотое кольцо», приложение «Турист Кавказа», навигатор «Байкал Трэвел» и т.д. [12]. Основные функции проектов – систематизация информации об объектах туристского показа, туристских маршрутах, а также в отдельных случаях интеграция с системой бронирования и экстренного оповещения.

4. *Геоаналитика и big data* [21, 24, 30]:

• прогнозирование туристского спроса – анализ поисковых запросов, бронирований, соцсетей для определения перспективных направлений;

• оптимизация логистики – расчет оптимальных транспортных маршрутов с учетом сезонных колебаний спроса;

• персонализация туристских предложений – таргетирование рекламы на основе геоданных пользователей.

Примеров использования геоаналитики и анализа больших данных значительное количество, они хорошо известны: сервис «Туту.ру», «СберПутешествия», Транспортная модель Сочи, проект «Цифровой Кавказ» и т.д. Так, в результате внедрения проекта «Цифровой Кавказ» был выявлен тренд в туристских предпочтениях на гастротуризм, а Сбер проинформировал о росте конверсии на 23% за счет использования big data [12].

5. *Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR):*

• виртуальные туры – презентация будущих курортов инвесторам и туристам до завершения строительства [3];

• AR-гиды – интерактивные экскурсии с наложением исторических изображений на реальные объекты (например, реконструкция древних городов в Крыму);

• обучение персонала – симуляторы для отработки действий в чрезвычайных ситуациях (горные спасатели, гиды).

Так, проект «Херсонес Таврический» (г. Севастополь) сейчас включен в программу цифровизации Минкультуры РФ [14]. Благодаря технологиям дополненной реальности, используемых на 8 объектах комплекса, за 2023 год был отмечен рост посещаемости на 32% [13]. В музее-заповеднике «Дивногорье» (Воронежская область) применяют AR-технологии для визуализации древних поселений. Совместный проект НИТУ «МИСиС» и МЧС России – VR-тренажер для гидов (Эльбрус) позволил снизить число чрезвычайных ситуаций на 27% [11].

6. *Геопорталы для управления туристскими территориями:*

• единые информационные системы – интеграция данных о туристской инфраструктуре, экологическом мониторинге, инвестиционных возможностях;

• онлайн-сервисы для инвесторов – карты свободных земельных участков с параметрами для строительства;

• краудсорсинговые платформы – сбор отзывов и предложений от туристов для улучшения сервиса.

Например, ФГИС «Наша природа» (Минприроды) осуществляет мониторинг особо охраняемых природных территорий, прием заявлений о нарушениях, в 2023 году было обработано 23,5 тыс. обращений [17]. Геопортал «Курорты Северного Кавказа» систематизирует информацию о 11 кластерах и 217 объектах туристской инфраструктуры [12]. Портал помогает инвесторам выбирать площадки для размещения объектов. «Инвест-карта Краснодарского края» включает информацию о 420 свободных участков для реализации инвестиционных туристских проектов, помимо этого приводится пошаговая инструкция по процедуре оформления документации и согласованиям.

Выводы

Применение географических технологий позволяет:

• повысить точность проектирования и размещения туристских объектов; снизить экологические риски;

• оптимизировать управление туристскими потоками;

• повысить инвестиционную привлекательность территорий.

Интеграция ГИС, ДЗЗ, big data и VR/AR в туристские проекты становится стандартом для создания конкурентоспособных кругло-

годичных курортов, повышения эффективности реализации туристских инвестиционных проектов и устойчивого социально-экономического развития территорий. Можно сказать, что географические технологии формируют новую парадигму развития туристско-рекреационного пространства, сочетающую экономическую эффективность, экологическую устойчивость и социальную ориентированность. Их внедрение позволяет перейти от точечного освоения территорий к созданию целостной системы управления, основанной на научных подходах и долгосрочном прогнозировании. Массовое внедрение географических технологий требует консолидации усилий научного сообщества, бизнеса и органов власти, но открывает принципиально новые возможности для позиционирования России на мировом туристском рынке.

Список источников

1. Годовой отчет АО «Курорты Северного Кавказа» (2022). URL: https://investkavkaz.ru/information-disclosure/annual (дата обращения: 21.05.2025).

2. Грачева М.В., Первушин В.А. Управление проектами в цифровой экономике. М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2023. 310 с.

3. Единое цифровое пространство музеев России: проблемы упорядочения контента и пробелы в профессиональной подготовке музейных работников / Гендина Н.И., Косолапова Е.В., Родионова Д.Д. [и др.] // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2023. № 50. С. 266–284.

4. Зигерн-Корн Н.В. Туристско-рекреационное пространство как объект региональной политики // Известия Русского географического общества. 2016. Т. 148, вып. 1. С. 87–100.

5. Зырянов А.И. Географические технологии туристского проектирования. Пермь: Перм. ун-т, 2005. 119 с.

6. Инвестиционный портал Краснодарского края. URL: https://investkuban.ru/ (дата обращения: 21.05.2025).

7. Искусственный интеллект на службе «Роза Хутор». URL: https://rosakhutor.ru/news/iskusstvennyy-intellekt-na-sluzhbe-roza-khutor- (дата обращения: 21.05.2025).

8. Кружалин В.И., Мажар Л.Ю. Межрегиональные туристские проекты: актуальные проблемы формирования и перспективы развития // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Естественные науки. 2019. № 2. С. 40–53.

9. Меньшикова Т.Н., Никанорова А.Д. Особенности формирования туристско-рекреационных кластеров в субъектах российской Федерации // Вестник Национальной академии туризма. 2019. № 1. С. 30–33.

10. Научно-методические подходы к стратегическому мастер-планированию территорий перспективного развития туризма (на примере региона «Русская Балтика») / Кропинова Е.Г., Кружалин В.И., Зигерн-Корн Н.В. [и др.] // Географическая среда и живые системы. 2025. № 4. С. 84–112

11. Отчет НИТУ МИСиС по устойчивому развитию (2023). URL: http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://misis.ru/files/-/6e66b7edfb71c92c4034e88a5d083af0/UR_2023.pdf (дата обращения: 21.05.2025).

12. Официальный сайт АО «Кавказ.РФ». URL: https://xn--80aafvlc.xn--p1ai/company/ (дата обращения: 23.05.2025).

13. Официальный сайт Государственного историко-архитектурного музея-заповедника «Херсонес Таврический». URL: https://chersonesos-sev.ru/ (дата обращения: 21.05.2025).

14. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации. URL: https://culture.gov.ru/activities/ (дата обращения: 23.05.2025).

15. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/strategiya_razvitiya_turizma_v_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2035_goda_utverzhdena_rasporyazheniem_ot_20_sentyabrya_2019_g_2129_r.html (дата обращения: 21.05.2025).

16. Указ Президента Российской Федерации от 18.06.2024 № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий».

17. ФГИС «Наша природа». URL: https://rfi.mnr.gov.ru/projects/246 (дата обращения: 23.05.2025).

18. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)».

19. Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях».

20. Buhalis D. & Sinarta Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality, Journal of Travel & Tourism Marketing, 36(5), 563–582. DOI: 10.1080/10548408.2019.1592059

21. Demunter C. Tourism statistics: Early adopters of big data? 2017 edition. URL: https:// ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf (дата обращения: 21.05.2025).

22. Fung, T., & Wong, F.-K. (2007). Ecotourism planning using multiple criteria evaluation with GIS, Geocarto International, 22(2), 87–105, https:/doi.org/1080/10106040701207332

23. Gretzel U. et al. (2015). Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179–188. DOI: 10.1007/s12525-015-0196-8

24. Liu B. et al. (2022). GIS-based tourism suitability analysis for sustainable development of mountain tourism, Sustainability, 14(3), 1234. DOI: 10.3390/su14031234

25. Mariani M.M. & Baggio R. (2021). Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks. Journal of Tourism Futures, 7(3), 257–262. DOI: 10.1108/JTF-10-2020-0187

26. Pavlicek A., Doucek P., Novák R., Strizova V. Big Data Analytics – Geolocation from the Perspective of Mobile Network Operator. URL: https://hal.inria.fr/ IFIP-LNBIP-310/hal-01888632 (дата обращения: 21.05.2025).

27. Shoval N. & Ahas R. (2016). The use of tracking technologies in tourism research. Annals of Tourism Research, 57, 1–19. DOI: 10.1016/j.annals.2015.11.016

28. Vytautė Juodkienė (2014). Gis in Tourism Development Using Spatial Modelling Civil and Environmental Engineering, Vol. 10, Issue 2/2014, 98–104. DOI: 10.2478/cee-2014-0018

29. Xiang Z. (2018). From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism, Tourism Management Perspectives, 25, 147–150. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.023

30. Zhang C., Leung X.Y., Law R., Lyu B. Effects of different social media feeds on pro-environmental behaviors: a social comparison theory perspective // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2023. Vol. 35, № 6. P. 2135–2154. DOI: 10.1108/IJCHM-06-2022-0734

УДК 338

Преимущества и вызовы цифровизации гостиничного бизнеса

А.Б. Шиндин
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. Цифровизация гостиничного бизнеса является важнейшей частью развития туризма в целом. С каждым годом технологические новшества внедряются во все аспекты гостиничной деятельности: от онлайн-

© Шиндин А.Б., 2025

бронирования и улучшения качества обслуживания до внедрения систем умного дома, автоматизации и использования больших данных для персонализации клиентского опыта. Отмечено, что цифровизация развития гостиничного бизнеса сопряжена с комплексом технологий, каждая из которых направлена на улучшение деятельности гостиничного предприятия. Рассмотрены преимущества и вызовы цифровизации гостиничного бизнеса.
Ключевые слова: цифровизация, гостиничный бизнес, цифровые технологии, преимущества цифровизации

Advantages and challenges of hotel business digitalization

A.B. Shindin
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Digitalization of the hotel business is an essential part of the development of tourism in general. Every year, technological innovations are being introduced into all aspects of the hotel industry: from online booking and improving the quality of service to the introduction of smart home systems, automation and the use of big data to personalize the customer experience. It is noted that the digitalization of the hotel business development is associated with a set of technologies, each of which is aimed at improving the activities of the hotel enterprise. The advantages and challenges of digitalization of the hotel business are considered.
Keywords: digitalization, hotel business, digital technologies, advantages of digitalization

Категория «цифровая экономика» становится ключевым фактором современного социально-экономического развития, способствуя интеграции передовых технологий в целях оптимизации всех аспектов деятельности предприятий, приоритетным направлением их развития. Согласно определению, данному Организацией экономического сотрудничества и развития, цифровизация представляет собой «использование цифровых данных и технологий для трансформации существующих бизнес-моделей, процессов, продуктов и взаимодействия с клиентами с целью повышения производительности, создания ценности и достижения устойчивого роста» [2].

Европейская комиссия в своей Стратегии «Цифровой компас» [5] подчеркивает, что цифровизация является одним из четырех ключевых направлений устойчивого экономического развития наря-

ду с зеленой трансформацией, инновациями и социальной устойчивостью.

По оценкам исследования консалтинговой группы McKinsey & Company, опубликованным в 2024 году, компании, активно внедряющие цифровые технологии, достигают в среднем на 20–30% более высоких показателей производительности труда, чем предприятия, где цифровые инструменты применяются весьма недостаточно. Также, по мнению McKinsey, к 2030 году вклад искусственного интеллекта (ИИ) в мировой ВВП может достигнуть 13–20 трлн долларов [7].

На сегодняшний день увеличение новых цифровых инфраструктур, беспроводных вещей, виртуальной реальности, а также появление абсолютно новых инновационных технологий предвещает радикальный сдвиг в области цифровых трансформаций, их интеграции во все проявления социально-политической и экономической жизни общества, формируя новую парадигму современной экономики – цифровую, которая стремительно развивается в глобальных масштабах. Она является важнейшим двигателем инноваций, конкурентоспособности и экономического роста во всем мире.

Правительство многих стран, замечая данные изменения, все больше стремится к развитию цифровой экономики, используя ее преимущества для ответа на ключевые вызовы современности, такие как развитие экономики, создание абсолютно инновационных предприятий, повышение занятости населения, формирования эффективного общественного сектора и др. [5]. Гостиничный бизнес, как часть индустрии гостеприимства, также активно вовлекается в процесс цифровизации, поскольку он зависит от большого объема данных, требует гибкости в обслуживании гостей и адаптации к быстро меняющимся потребностям. Прогнозы ученых, футурологов и даже философов сводятся к одному общему утверждению – если какая-либо сфера, будь то медицина или добыча драгоценностей, не будет меняться и внедрять в работу новые технологии, ее ждет недолгое будущее. Это понимают и работники одной из самых масштабных и прибыльных сфер деятельности – гостиничного бизнеса [1].

Сегодня отельная индустрия все больше внедряет в свою работу алгоритмы искусственного интеллекта, которые помогают и упростить рабочий процесс сотрудников, и сделать отдых гостей еще качественнее.

Для многих современных гостиничных комплексов использование digital-технологий является приоритетным направлением

своей деятельности. Ведь современные потребители гостиничных услуг активно развиваются: они отлично ориентируются в туристском рынке и заинтересованы в высоком качестве получаемых услуг с использованием цифровых помощников, предлагающих новый спектр возможностей приобретения гостиничного продукта. Цифровые технологии несут в себе потенциал для создания новых моделей, трансформации основных бизнес-процессов, появлению действительно качественного персонализированного сервиса [4].

Цифровизация гостиничного бизнеса включает в себя ряд технологий, каждая из которых направлена на улучшение той или иной части операционной деятельности гостиничного предприятия, основными из которых можно назвать следующие:

1. *Системы управления гостиницей (PMS).* Эти системы автоматизируют все базовые процессы гостиничного бизнеса, такие как бронирование номеров, регистрация гостей, управление основными средствами, финансовые расчеты. Согласно World Travel & Tourism Council (WTTC), внедрение PMS-систем позволяет гостиницам сократить операционные затраты на 15–20%. PMS также позволяют значительно упростить деятельность сотрудников гостиницы, повышая точность и скорость выполнения задач, что в свою очередь ведет к повышению качества обслуживания гостей.

2. *Онлайн-бронирование и маркетплейсы.* Внедрение систем онлайн-бронирования, таких как Booking.com или Expedia, позволяет гостиничным предприятиям в большей степени привлекать гостей и автоматизировать процессы бронирования. Исследования показывают, что 65% всех гостиничных бронирований в 2022–2024 годах было осуществлено через онлайн-каналы [4].

3. *Мобильные технологии и приложения для клиентов.* Приложения для гостей, через которые возможно забронировать номер, зарегистрироваться, оплатить услуги и получить персонализированные предложения, становятся неотъемлемой частью клиентского опыта. По данным Phocuswright, использование мобильных приложений в гостиничной индустрии увеличилось за последние пять лет более чем на 30% [2].

4. *Аналитика больших данных (Big Data).* Применение аналитики больших данных позволяет гостиницам формировать информацию о предпочтениях гостей, что способствует созданию более персонализированных предложений и повышению уровня их удовлетворенности полученным сервисом. Так, согласно отчету McKinsey, компании, использующие аналитику данных для персонализации своих предложений, увеличивают свою прибыль на 5–10%.

5. *Интернет вещей (IoT)*. Устройства IoT, такие как умные термостаты, освещение и системы безопасности, помогают улучшить качество обслуживания и снизить эксплуатационные расходы. По прогнозам Grand View Research, рынок IoT в гостиничной сфере будет расти на 30% ежегодно до 2026 года.

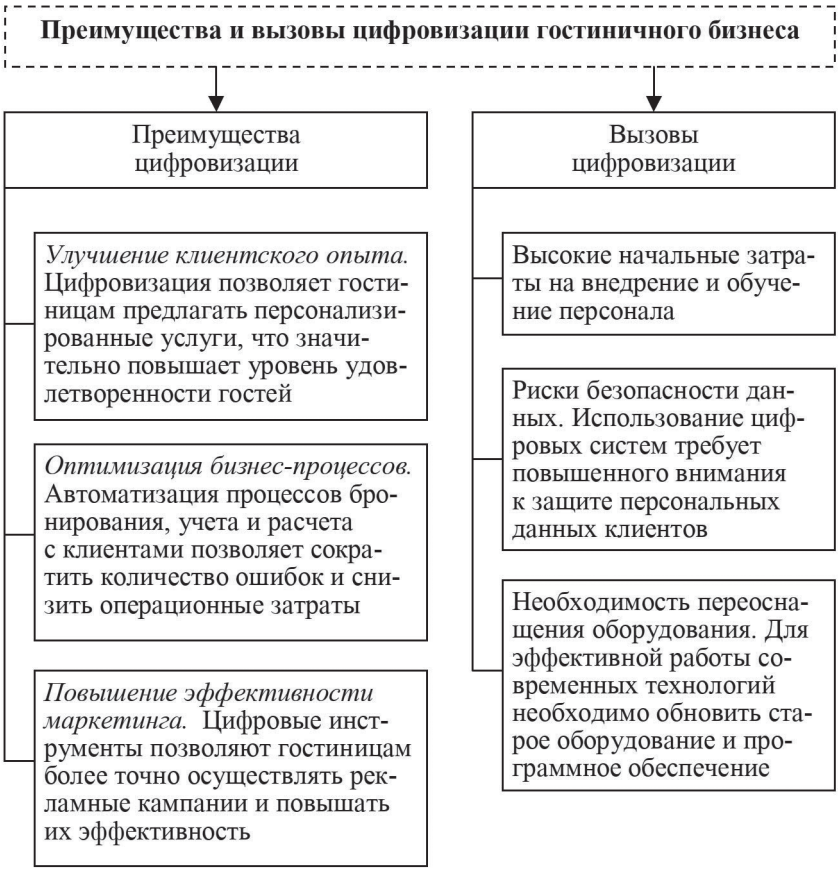
6. *Применение искусственного интеллекта и чат-ботов* позволяет совершенствовать коммуникационные процессы с гостями. Так, чат-боты, работающие на основе искусственного интеллекта, позволяют мгновенно отвечать на запросы, а также предоставлять информацию о гостинице и оказывать помощь в бронировании дополнительных услуг, что приводит в итоге к повышению степени удовлетворенности гостей и снижению нагрузки на персонал.

В условиях новой реальности и глобальных вызовов, когда путешественники все чаще предпочитают бесконтактные формы взаимодействия, цифровизация становится не просто преимуществом, а необходимостью. На макроуровне цифровизация стимулирует экономический рост за счет повышения производительности труда и сокращения транзакционных издержек. На микроуровне цифровизация способствует улучшению клиентского опыта, автоматизации рутинных процессов, снижению операционных затрат и повышению лояльности гостей.

Для более глубокого исследования взаимосвязи между цифровыми трансформациями и развитием гостиничного бизнеса следует выявить основные преимущества и вызовы цифровизации в данном секторе индустрии гостеприимства (рисунок).

Несмотря на явные преимущества, цифровизация гостиничного бизнеса развивается недостаточно интенсивно, хотя и наблюдается устойчивая положительная динамика. По данным Росстата, в 2023 году около 62% гостиниц в крупных городах использовали цифровые каналы продаж (в первую очередь через Booking.com, Ostrovok.ru, собственные сайты и агрегаторы). При этом лишь 27% гостиничных предприятий имели собственные мобильные приложения, а уровень использования CRM-систем (Customer Relationship Management, т.е. программы для управления взаимоотношениями с клиентами) не превышал 19%.

Сеть AZIMUT Hotels, одна из крупнейших в РФ, активно внедряет технологию Smart Hotel: электронные ключи, автоматический check-in через киоски самопоселения, мобильные приложения для управления номером. В 2023 году компания сообщила о снижении времени заселения гостей на 37%, а расходы на персонал фронт-офиса сократились на 22%. Согласно внутренней аналитике компа-



Преимущества и вызовы цифровизации гостиничного бизнеса

нии, гости, использующие цифровые каналы заселения, оставляли в 1,6 раза больше положительных отзывов.

Ключевые моменты цифровой трансформации в гостиничном бизнесе можно представить по следующим направлениям:

1. Автоматизация бизнес-процессов: от бронирования до управления запасами и персоналом.

2. Интеграция Omnichannel-стратегий – использование сразу нескольких цифровых каналов для взаимодействия с гостями.

3. Big Data и аналитика поведения гостей – формирование индивидуальных предложений и динамического ценообразования.

4. Системы управления отелем (PMS) – переход на облачные решения (например, Cloudbeds, eZee).

5. Кибербезопасность – защита персональных данных гостей и конфиденциальной информации.

6. Экологические технологии – умное управление ресурсами (водой, светом, отоплением) через цифровые датчики и платформы.

Таким образом, цифровизация в гостиничном бизнесе это не просто тренд, а необходимый путь дальнейшего развития. Международный и отечественный опыт показывает, что предприятия гостиничного бизнеса, активно инвестирующие в цифровые технологии, демонстрируют более высокую операционную эффективность, лучше адаптируются к рыночным колебаниям и создают устойчивые конкурентные преимущества.

Список источников

1. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13, вып. 3. С. 34–47.

2. Введение в онлайн-платформы и их роль в цифровой трансформации, 2019, Изд-во ОЭСР, Париж. URL: https://doi.org/10.1787/53e5f593-en (дата обращения: 02.04.2025).

3. Джанджугазова Е.А., Кабелкайте-Вайткене Ю.А. Трансформация гостиничного бизнеса в условиях развития цифровой экономики в России // Сервис Plus. 2018. Т. 12, № 3. С. 96–104.

4. Овчаренко Н.П., Костенко К.И., Павленко И.Г. Цифровые технологии и диджитал-маркетинг: новые возможности для гостиничного бизнеса // Проблемы современной экономики. 2018. № 2 (66). С. 229–233.

5. Рассохина, Т.В., Шиндин А.Б. Адаптация систем управления персоналом гостиничных предприятий в условиях растущего дефицита кадров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Т. 14, № 1–1. С. 64–73.

6. Цифровой компас-2030: европейский подход к Цифровому десятилетию», март 2021. URL: https://eufordigital.eu/ru/library/2030-digital-compass-the-european-way-for-the-digital-decade/ (дата обращения: 02.04.2025).

7. McKinsey: К 2030 году вклад ИИ в мировой ВВП достигнет $13–20 трлн. URL: https://forbes.kz (дата обращения: 02.04.2025).

УДК 338.48

Развитие туризма в арктических городах на принципах экономики устойчивого развития

Д.И. Яркова
АНО «Агентство развития Мончегорска»,
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье исследуется роль корпоративной социальной ответственности в реализации принципов устойчивого развития на примере деятельности компании «Норильский никель» в Арктической зоне Российской Федерации. Особое внимание уделено анализу механизмов интеграции Целей устойчивого развития ООН (ЦУР) в корпоративные стратегии, а также оценке вклада компаний в развитие устойчивого туризма посредством деятельности АНО «Агентство развития Мончегорска». Предложена комплексная модель устойчивого туризма, учитывающая социальные, экономические и экологические аспекты. Результаты исследования демонстрируют взаимосвязь корпоративных инициатив с национальными проектами и глобальными целями, а также подчеркивают необходимость унификации подходов к устойчивому развитию туризма в Арктике.
Ключевые слова: устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, Цели устойчивого развития (ЦУР), Арктическая зона РФ, устойчивый туризм, «Норильский никель», институты развития территорий, моногорода, социально-экономическое развитие

Tourism development in Arctic cities using the principles of sustainable development economics

D.I. Yarkova
ANO “Monchegorsk Development agency”,
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. Using the case of “Norilsk Nickel’s” activities in the Arctic Zone of Russian Federation the role of corporate social responsibility in the implementation of sustainable development principles is examined in this article. Special attention is devoted to the analysis of mechanisms for integrating Sustainable Development Goals into corporate strategies and to the evaluation of companies’ contributions to sustainable tourism development, using the case study

© Яркова Д.И., 2025

of the Autonomous Non-Profit Organization “Development Agency of Monchegorsk”. A comprehensive model of sustainable tourism is proposed, which includes social, economic, and environmental aspects. The research findings demonstrate the correlation between corporate initiatives, national projects, and global goals, while emphasizing the necessity of standardizing approaches to sustainable tourism development in the Arctic.
Keywords: sustainable development, corporate social responsibility, Sustainable Development Goals, Arctic zone of Russian Federation, sustainable tourism, “Norilsk Nickel”, territorial development institutions, single-industry towns, socio-economic development

Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, не ставя под сомнение возможности будущих поколений удовлетворить свои потребности. Отсюда следует, что социальные, экономические и экологические цели являются взаимозависимыми и взаимоподдерживающими [2].

В новой программе в области устойчивого развития «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» обозначены цели, которые стоят перед мировым сообществом. Всего сформулировано 17 целей устойчивого развития (рис. 1), 169 задач и 230 индикаторов для их реализации [3].

Отличительные особенности: ЦУР и связанные с ними задачи являются глобальными по своему характеру, универсально применимы и при этом обеспечивают учет различных национальных условий потенциала в уровнях развития и уважение национальных стратегий и приоритетов. Поскольку они взаимосвязаны, усилия по их достижению должны носить комплексный характер [7].

В России тема устойчивого развития (УР) регулируется рядом законодательных и стратегических документов (указы Президента, стратегии развития, федеральные законы, национальные проекты), которые охватывают экологические, социальные и экономические аспекты.

Важную роль в обеспечении социально-экономической стабильности всей страны играет Арктическая зона Российской Федерации (АЗРФ). Вопросы УР данной территории находятся под пристальным вниманием руководства страны. В 2020 году был принят ключевой стратегический документ до 2035 года [8], где принципы УР отражаются через конкретные цели: создание новых рабочих мест, повышение качества жизни, рост инвестиций в экологию и науку.

Текущие вызовы, связанные с реализацией поставленных задач, могут быть успешно решены за счет взаимодействия органов вла-

Рис. 1. Цели в области устойчивого развития [6]

сти и крупных компаний, которые ведут активную деятельность на территории АЗРФ и придерживаются принципов устойчивого развития в своих политиках корпоративной социальной ответственности (КСО). В настоящее время происходит поглощение концепции КСО концепцией устойчивого развития. Корпоративную социальную ответственность все чаще рассматривают не как отдельное направление, а как часть политики по достижению целей устойчивого развития (ЦУР) [4].

Проведенный нами анализ разделов «Устойчивое развитие» сайтов компаний свидетельствует о том, что большинство системообразующих предприятий в моногородах АЗРФ декларирует соответствие своих программ корпоративной социальной ответственности ЦУР ООН. Чаще всего встречаются такие направления ЦУР, как охрана окружающей среды (вода, воздух, почва, отходы), развитие человеческого капитала и поддержка регионов присутствия. Большинство компаний, осуществляющих свою деятельность на территории АЗРФ, не просто декларируют соответствие ЦУР, но и разрабатывают собственные комплексные программы развития территорий с четкими приоритетами (ПАО ГМК «Норильский ни-

кель», АК «Алроса» и АО «МХК «ЕвроХим»). В то время как отдельные предприятия, такие как АО «ПО «Севмаш», не декларируют повестку устойчивого развития своего бизнеса.

Перспективным представляется опыт компаний, где реализация политик устойчивости происходит путем развития туристского сектора. Туризм можно и нужно рассматривать как отрасль экономики, которая удовлетворяет материальные и духовные потребности местного населения и приезжих на территорию, способствует развитию и сохранению культуры, местных традиций и устоев, играет положительную роль при обеспечении занятости населения и, в конечном итоге, влияет на экономический рост: появление альтернативных производств, пополнение местного бюджета, привлечение внешних инвестиций.

Исходя из этого актуальной научной задачей становится исследование опыта крупных компаний по развитию туризма в арктических городах на принципах экономики устойчивого развития. Объект исследования – корпоративная социальная ответственность ПАО ГМК «Норильский никель» в области устойчивого развития. Цель – выявить и оценить механизмы реализации принципов устойчивого туризма в городах присутствия ПАО ГМК «Норильский никель» (далее Компания).

ЦУР ООН заложены в основу политик корпоративной социальной ответственности ПАО ГМК «Норильский никель». Шесть ЦУР выделены как приоритетные и отвечающие ключевым принципам ведения бизнеса.

Одним из механизмов при реализации принципов ЦУР стали институты развития территорий, учрежденные ПАО ГМК «Норильский никель» и муниципальными образованиями г. Норильск, Мончегорск и Печенгского района Мурманской области – Агентство развития Норильска, Агентство развития Мончегорска и Центр социальных проектов «Вторая школа» соответственно.

Нами были проанализированы подходы к развитию устойчивого туризма на территориях присутствия Компании и на примере проектной деятельности АНО «Агентство развития Мончегорска» (далее АНО «АРМ») [1] построена комплексная модель устойчивого развития туризма (рис. 2).

Социальное развитие, основанное на реализации проектов туристской стратегии и бренд-стратегии, базируется на таких принципах, как уважение и сохранение традиций и культуры, развитие идентичности территории, поддержка локальных сообществ и рост образовательного уровня населения. Ключевыми направлениями

Таблица 1

Вклад ПАО ГМК «Норильский никель» в реализацию ЦУР ООН

<table>
<tr><th>Наименование моногорода / регион АЗРФ</th><th>Название системо-образующей компании</th><th>Основные принципы корпоративной социальной ответственности в области устойчивого развития</th></tr>
<tr><td>г. Норильск / Красноярский край</td><td>Заполярный филиал ПАО «ГМК «Норильский никель»</td><td rowspan="4">Согласно целям устойчивого развития ООН:
</td></tr>
<tr><td>г. Мончегорск / Мурманская область</td><td rowspan="3">АО «Кольская горно-металлургическая компания»</td></tr>
<tr><td>г. Заполярный / Мурманская область</td></tr>
<tr><td>пос. Никель / Мурманская область</td></tr>
</table>

Источник: составлена автором на основании анализа [5].

развития является формирование туристских продуктов и городских брендов.

В основе экономического развития лежат проекты кластерного мастер-планирования и развитие локальных бизнесов. В них заложены принципы поддержки малого и среднего бизнеса, развитие инфраструктуры с учетом особенностей экосистемы Арктики, рост благосостояния местного населения, обеспечение сотрудничества и партнерства.

Экологическое развитие основано на пространственном развитии с учетом рационального природопользования и развитии экологических видов туризма (пеший туризм, активный туризм, экологический туризм).

Нами были соотнесены принципы ЦУР ООН, поддерживаемые ПАО ГМК «Норильский никель» с национальными проектами в разрезе проектной деятельности АНО «АРМ» при развитии туризма.

Рис. 2. Модель устойчивого развития туризма
на примере деятельности АНО «АРМ».
Источник: разработано автором на основании анализа [1]

Из анализа табл. 2 видно, что туристские проекты АНО «АРМ» затрагивают не только цели ООН, поддержанные Компанией, но и дополнительные направления: образование, уменьшение социального неравенства, сохранение экосистем суши.

Полученные данные подчеркивают необходимость унификации подходов к реализации принципов устойчивого развития туризма как среди институтов развития ПАО ГМК «Норильский никель», так и среди других предприятий, осуществляющих политики КСО в части развития устойчивого туризма на территориях своего присутствия в Арктике.

Таблица 2

Соотношение принципов ЦУР ООН проектной деятельности АНО «АРМ» с национальными проектами

Наименование принципа КСО в области УР	Механизм реализации в АНО «АРМ»	Вклад в национальный проект (название)
Цель 3. Хорошее здоровье и благополучие	Развитие событийной индустрии в части реализации спортивных мероприятий (проект Imandra Fest)	Здравоохранение
Цель 4. Качественное образование	Развитие сервисных секторов (гостиницы, рестораны), местного туристского сообщества, туристских операторов (проект «Академия сервиса», ТРК «Имандра»)	Образование Наука и университеты
	Взаимодействие с учебными учреждениями в части аттестации гидов и экскурсоводов (проект по модернизации политехнического колледжа)	
Цель 8. Достойная работа и экономический рост	Содействие занятости населения путем появления альтернативных туристских бизнесов при реализации стратегических проектов (туристская и бренд-стратегии, мастер-план)	Производительность труда Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы
	Рост платежей в местный бюджет за счет роста туристского потока (вся проектная деятельность АНО «АРМ»)	
Цель 9. Индустриализация, инновация и инфраструктура	Содействие развитию эко-инфраструктурных проектов (мастер-план ТРК «Имандра»)	Экология Цифровая экономика
	Внедрение цифровых решений в туристские бизнесы (проект «Визит.Имандра»)	

Окончание табл. 2

Наименование принципа КСО в области УР	Механизм реализации в АНО «АРМ»	Вклад в национальный проект (название)
Цель 10. Уменьшение неравенства	Повышение мобильности местного населения путем развития транспортной туристской инфраструктуры (мастер-план ТРК «Имандра»)	Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры
Цель 11. Устойчивые города и населенные пункты	Реализация стратегических документов развития туристской сферы (туристская стратегия, бренд-стратегия, мастер-план кластера, мастер-план Мончегорской городской агломерации)	Жилье и городская среда Туризм и индустрия гостеприимства
Цель 15. Сохранение экосистем суши	Развитие экологического туризма в заповеднике Проведение научных экспедиций Поддержка и содействие развитию экологических проектов (вся проектная деятельность АНО «АРМ»)	Экология

Список источников

1. Агентство развития Мончегорска. URL: https://armonchegorsk.ru/directions/tourism/ (дата обращения: 03.05.2025).

2. ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» (утв. приказом Федерального агентства по регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. № 1611-ст).

3. Зворыкина Ю.В., Тетерятников К.С., Павловский Д.А. Устойчивое развитие Арктики в ходе председательства Российской Федерации в Арктическом совете // Научные труды Вольного экономического общества России. 2021. Т. 228, № 2. С. 196–235.

4. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Устойчивое развитие / Д.А. Островская, А.Н. Смирнова, Е.В. Четыркина

[и др.]. СПб.: Библиотека выставочного научно-исследовательского центра, 2023. 135 с.

5. Норникель. URL: https://nornickel.ru/sustainability/sdg-support/ (дата обращения: 03.05.2025).

6. Организация Объединенных Наций. Официальный сайт. URL: https://www.un.org/ru/ (дата обращения: 13.04.2025).

7. Повестка дня в области устойчивого развития. Официальный сайт. URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/ (дата обращения: 24.04.2025).

8. Стратегия развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности до 2035 года (Минвостокразвития РФ). URL: http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/J8FhckYOPAQQfxN6Xlt6ti6XzpTVAvQy.pdf (дата обращения: 13.04.2025).

IV

СТРОИТЕЛЬСТВО И АРХИТЕКТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

УДК 712

Информационное моделирование как часть ландшафтного дизайна коливинговых пространств кампусов

А.Д. Иванов
ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена внедрению информационного моделирования зданий (BIM) в процесс проектирования ландшафтных пространств, особенно в контексте коливинговых пространств на кампусах. В условиях современных требований к проектированию объектов ландшафтной архитектуры использование BIM предлагает значительные преимущества по сравнению с традиционными системами автоматизированного проектирования (CAD), включая улучшение координации между участниками проекта и сокращение затрат. Рассматриваются ключевые аспекты интеграции BIM в проектирование, такие как трехмерное моделирование, связь объектов с базами данных и использование облачных технологий. Отмечаются существующие проблемы координации, а также недостаточная разработанность программного обеспечения для работы с компонентами ландшафта. Подчеркивается важность цифровизации и внедрения новых технологий, таких как IoT и искусственный интеллект, для повышения эффективности проектирования и создания гармоничных общественных

© Иванов А.Д., 2025

пространств. Статья ориентирована на архитекторов, дизайнеров и специалистов в области ландшафтной архитектуры, стремящихся к оптимизации своих рабочих процессов через современные технологии.
Ключевые слова: информационное моделирование, BIM, ландшафтная архитектура, проектирование, коливинговые пространства

Information modeling as part of landscape design of campus co-living spaces

A.D. Ivanov
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
State University of Land Management, Moscow, Russia

Abstract. The article is devoted to the implementation of building information modeling (BIM) in the process of designing landscape spaces, especially in the context of campus co-living spaces. In the context of modern requirements for the design of landscape architecture objects, the use of BIM offers significant advantages over traditional computer-aided design (CAD) systems, including improved coordination between project participants and cost reduction. Key aspects of BIM integration into design are considered, such as three-dimensional modeling, linking objects with databases and the use of cloud technologies. The existing problems of coordination, as well as the insufficient development of software for working with landscape components, are also noted. The article concludes by highlighting the importance of digitalization and the implementation of new technologies such as IoT and artificial intelligence to improve the efficiency of design and create harmonious public spaces. The article is aimed at architects, designers and landscape architecture professionals who seek to optimize their work processes through modern technologies.
Keywords: information modeling, BIM, landscape architecture, design, co-living spaces

Информационное моделирование зданий (BIM) – это процесс, который начинается с создания интеллектуальной 3D-модели и обеспечивает возможности управления документами, координации и моделирования на протяжении всего жизненного цикла проекта (планирование, проектирование, строительство, эксплуатация и обслуживание).

На данный момент развитие САПР (систем автоматизированного проектирования) на планете направлено на интеграцию программных софтов в единую программную платформу, а не на тех-

ническую конвергенцию автоматизаций различных систем. Отсюда можно сделать вывод о том, что все «тяжелые» системы предлагают интегрированные решения в границах общей программной платформы, которая обеспечивает комплексное решение задач строительного проектирования. Программа должна отвечать наполненностью таких качеств, как:

- графическая и информационная параметризация на уровне 3D-модели сооружения, при подготовке чертежной, технической, эксплуатационной и технологической документации;
- развиваемая геометрическая структуризация 3D-моделирования;
- софт и инструкции для адаптации и создания приложений;
- интегрированные расчетные модули и модули экспорта.

В настоящее время отсутствует универсальная платформа, способная комплексно решать задачи строительного проектирования и обеспечивать получение всей необходимой графической и информационной документации. На сегодняшний день нет ни одной системы автоматизированного проектирования, которая могла бы выполнять все необходимые инженерные расчеты без использования дополнительного программного обеспечения. С течением времени сформировалась группа специалистов, обладающих глубокими знаниями в своей области и работающих с современными компьютерными программами. Это создает необходимость в качественном скачке в понимании и практическом применении автоматизации процессов проектирования.

Преимущества BIM по сравнению с CAD

BIM представляет собой процесс, который начинается с создания интеллектуальной 3D-модели и охватывает весь жизненный цикл проекта – от планирования и проектирования до строительства и эксплуатации. В отличие от CAD, который в основном фокусируется на создании двумерных чертежей, BIM позволяет работать с трехмерными моделями, что значительно упрощает визуализацию и координацию между различными участниками проекта.

Переход на BIM может быть более сложным, чем переход на CAD, так как он требует изменения процессов работы. Однако преимущества использования BIM сводятся к одной ключевой концепции: он более эффективен и экономит средства. Архитекторы, подрядчики и клиенты стремятся внедрить BIM в свои проекты благодаря его способности улучшать коммуникацию и координацию.

Интеграция программных платформ

Развитие систем автоматизированного проектирования во всем мире направлено на интеграцию программных продуктов в единую платформу. Данная ситуация предполагает исключение проблем, связанных с использованием проектировочных, расчетных и мониторинговых систем. Современные архитектурные и расчетные платформы должны обладать рядом ключевых свойств.

Исходя из современного опыта нельзя точно обозначить существование универсальной платформы, способной комплексно решить задачи строительного проектирования с получением всей необходимой графической, качественно-наполненной информационной документации. Это создает необходимость в качественном скачке в понимании и практическом применении автоматизации проектирования.

Внедрение интернет-технологий

Интернет-технологии все больше и больше улучшают процессы проектирования в строительстве. Они обеспечивают доступность информации, возможность удаленного обучения и совместной работы над проектами. Кроме того, интернет-технологии позволяют своевременно обновлять нормативные базы данных и расчетные системы проектирования.

Среди ландшафтных архитекторов существует мнение о том, что BIM является сложным инструментом, который создает дополнительные барьеры между ними и архитекторами. Однако это мнение постепенно меняется: все больше ландшафтных архитекторов начинают включать BIM в свои цифровые инструменты.

Подобное качественное преобразование процесса проектирования в строительстве может быть осуществлено с привлечением интернет-технологий, которые дают комплексным системам автоматизированного проектирования в архитектуре, строительстве и эксплуатации новые преимущества:

- распространенность и доступность;
- возможность удаленного интерактивного образования;
- внедрение совместной работы над проектом по различным разделам стадий строительства для нескольких пользователей;
- своевременное координирование нормативных баз данных;
- создание и накопление параметризуемой базы внутренних семейств;
- конференции по организации проектирования в строительстве;
- создание интернет-рынка материалов.

Актуальные исследования

Revit – популярное программное обеспечение для работы с BIM. Более 30% участников опросов выразили интерес к внедрению рабочих процессов на основе BIM. Это свидетельствует о растущем интересе к новым технологиям среди ландшафтных архитекторов.

Основное преимущество использования BIM заключается не только в его возможностях моделирования, но и в том, как он способствует улучшению коммуникации между дизайнерами. Ландшафтные архитекторы часто сталкиваются с решением задач при обмене файлами с архитекторами ввиду нескоординированности между моделями BIM и чертежами AutoCAD.

Проблемы координации

Отсутствие координации приводит к тому, что проекты архитектуры и ландшафтной архитектуры развиваются параллельно, без должного взаимодействия. Архитекторы часто преобразуют свои трехмерные модели в двумерные планы для обмена с ландшафтными архитекторами. Этот процесс требует много времени и приводит к постоянным несоответствиям между проектами.

Преимущества использования BIM для ландшафтных архитекторов включают:

1. Трехмерное моделирование: С помощью BIM все элементы проекта создаются в 3D с самого начала. Это позволяет значительно сократить время на создание визуализаций.

2. Связь объектов с базой данных: Каждый объект в модели связан со своей базой данных (размеры, вес, стоимость), что упрощает подсчет объемов материалов и определение затрат.

3. Облачные технологии: BIM предоставляет возможность взаимодействия в реальном времени между членами команды проекта.

Однако существует ряд недостатков использования BIM для ландшафтных проектов. Главная проблема заключается в том, что программы BIM не всегда хорошо подходят для моделирования сложных топографических поверхностей.

Технологические ограничения

Ландшафтные архитекторы отмечают недостаточную разработанность программного обеспечения для работы с компонентами ландшафта по сравнению с архитектурными элементами. Хотя многие элементы здания имеют доступную библиотеку данных для BIM-моделей (например, трубы или офисная мебель), компоненты ландшафта часто остаются без должной поддержки.

Тем не менее данные о некоторых элементах ландшафта становятся все более доступными – например, освещение или уличная мебель уже имеют библиотеки совместимых данных. Однако для более сложных объектов требуется использование специализированного программного обеспечения.

Перспективы развития технологий

Цифровизация строительства открывает новые горизонты для применения инновационных технологий, таких как IoT (интернет вещей), искусственный интеллект (AI) и 3D-печать. Эти технологии способны значительно повысить эффективность строительных проектов за счет оптимизации процессов планирования и управления ресурсами.

Искусственный интеллект может использоваться для анализа больших объемов данных и прогнозирования сроков выполнения работ или стоимости проектов. IoT позволяет осуществлять мониторинг состояния оборудования и повышает безопасность на строительных площадках.

Системы общих данных (СОД) продолжают развиваться как важный инструмент управления информационными активами и цифровизации бизнес-процессов в строительстве.

Заключение

Информационное моделирование зданий (BIM) представляет собой мощный инструмент для повышения эффективности проектирования объектов ландшафтной архитектуры на кампусах коливинговых пространств. Несмотря на существующие проблемы координации между различными участниками процесса проектирования, преимущества использования BIM очевидны: это сокращение времени разработки проектов, улучшение коммуникации между дизайнерами и возможность интеграции новых технологий.

С учетом растущего интереса к цифровым технологиям среди ландшафтных архитекторов можно ожидать дальнейшего развития методов работы с информационным моделированием в этой области. Внедрение новых технологий откроет новые возможности для создания гармоничных пространств на кампусах университетов и других общественных местах.

Список источников

1. Голдберг Э. Для архитекторов: Revit Architecture 2009/2010. Самоучитель по технологии ВИМ. М.: ДМК Пресс, 2010.

2. Ланцов А.Л. Revit 2010: компьютерное проектирование зданий. Архитектура. Инженерные сети. Несущие конструкции. М.: ФОИЛИС, 2009.

3. Левин Д.Я., Малюх В.Н., Ушаков Д.М. Энциклопедия PLM. Новосибирск: Издательский дом «Азия», 2008. 445 с.

4. Стерликова А.И. Bim при проектировании объектов ландшафтной архитектуры. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bim-pri-proektirovanii-obektov-landshaftnoy-arhitektury (дата обращения: 15.04.2025).

5. Ушаков Д.М. Введение в математические основы САПР. М.: ДМК Пресс, 2015. 208 с.

6. BIM Handbook / C. Eastman, P. Teicholz, R. Sacks [et al.]. NJ: Wiley, 2008.

7. Jernigan F. BIG BIM little bim. Second edition. Salisbury: 4 Site Press, 2008.

8. Krygiel E., Niec B. Green BIM: Successful Sustainable Design with Building Information Modeling. NJ: Wiley, 2008.

УДК 721

Перспективы развития динамической архитектуры зданий с трансформируемыми фасадами

А.В. Комиссаров[1], С.В. Ильвицкая[2]
[1] ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», Москва, Россия
[2]Московский филиал Российской международной академии туризма, Москва, Россия

Аннотация. Рассмотрен актуальный опыт применения трансформируемых фасадов. Выявлено влияние конструкций на образную составляющую динамического фасада. Показаны возможности использования трансформации фасадов зданий для обеспечения наиболее рационального использования пространства, удобства эксплуатации, экономии ресурсов, обеспечение комфорта людей и туристской привлекательности.
Ключевые слова: архитектура, динамическая архитектура, трансформируемый фасад, адаптивность

© Комиссаров А.В., Ильвицкая С.В., 2025

Perspectives on the development of dynamic building architecture with transformable facade

A.V. Komissarov[1], S.V. Ilvitskaya[2]
[1]Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education State University of Land Management, Moscow, Russia
[2]Moscow branch of the Russian International Academy of Tourism, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the modern experience of using transformable facades. The influence of the structures on the visual component of the dynamic facade has been identified. The possibilities of utilizing the transformation of building facades for the most efficient use of space, convenience of operation, resource savings, and ensuring comfort for people and tourists have been demonstrated.
Keywords: architecture, dynamic architecture, transformable facade, adaptability

В условиях активно сменяющих друг друга потребностей и интересов людей возникает необходимость обеспечения соответствия архитектурных объектов новым реалиям. Существующий опыт применения динамической архитектуры трансформируемых фасадов дает понимание масштабов и важности данного направления. Возможность адаптации здания в условиях широкого географического охвата является показателем высокой приспосабливаемости адаптивных технологий к окружающей среде, способной эффективно справляться с климатическими циклами (смена сезонов, погода дня и ночи и др.).

Яркими примерами зданий, ставшими достопримечательностями благодаря своим динамическим трансформируемым фасадам, стали:

Башни Эль-бахр (Абу-Даби, ОАЭ) – офисные здания с трансформируемой оболочкой, установленной поверх основного стеклянного фасада. Изменяемый внешний вид, адаптирующийся к движению солнца и колебаниям температуры, привлекает внимание и предстает перед зрителем в изменяющемся виде в течение дня. Кроме того, архитектура фасадов основана на традиционных формах и арабском декоративном убранстве [1].

Мерседес-Бенц Стэдиум (Атланта, США) – спортивный комплекс с трансформируемой формой крыши, обеспечивающей проведение соревнований как под открытым небом, так и в закрытом помещении, всесезонно и при любой погоде. Крупный масштаб

и физические размеры этого уникального сооружения производят яркое впечатление и несут насыщенную функциональную нагрузку [4].

Художественный центр The Shed (The Bloomberg Building), Нью-Йорк, США – выставочный центр с трансформируемой внутренней структурой, изменяемым объемом и флуктуацией полезной площади. Динамическая конструкция двигается по направляющим рельсам и, таким образом, может задействовать прилегающую к зданию территорию. Решение предусмотреть такую инновационную возможность к функциональной адаптивности здания было принято в связи с тесным городским контекстом, высокой востребованностью выставочных пространств местными жителями и гостями города [5].

Эти и многие другие примеры динамической архитектуры отражают успешное использование архитектурных инноваций в целях получения широкого спектра практических достижений, в том числе наиболее эффективного опыта туристской привлекательности.

Включение динамических элементов в трансформируемые фасады доказывает, что они обеспечивают создание комфортного микроклимата внутри здания, совмещая эту климатическую функцию с формированием привлекательного фасадного решения. Результат адаптации к внешней среде может достигаться различными средствами, однако предусмотренные архитектурные изменения выглядят лаконичнее и лучше вписываются в контекст окружающей среды, к которой происходит адаптация, меньше нагружают инженерные системы и экономят энергоресурсы. Это может быть особенно важно в отдаленных и труднодоступных регионах, где могут быть сложности с обеспечением энергией, поскольку отдельные виды трансформации могут осуществляться силами человека вручную [3].

Эстетически совершенствуя внешний облик здания, трансформируемые фасады также влияют на функциональные процессы, происходящие в нем. Возможность создания проницаемого для человека фасадного контура позволит обеспечить плавную взаимосвязь интерьера и прилегающей территории. Изменение внутренних объемов и силуэта здания позволяет адаптировать его для проведения различных мероприятий, членить и объединять пространство по необходимым требованиям.

Возможность связи внутреннего пространства здания с внешней средой в одном уровне, с плавной коммуникационной связью делает направление трансформируемой архитектуры востребован-

ным инструментом для проектирования объектов, предназначенных для людей с ограниченными возможностями и разных возрастных категорий. Одной из отличительных особенностей трансформируемых фасадов является их неразрывное взаимодействие с конструкциями здания. Конструкции могут являться частью архитектурой задумки и выставляться напоказ – натурально демонстрируя эстетику и проработанность здания. Или, напротив, элементы каркасов и приводов могут быть расположены за трансформируемой оболочкой, оставляя зрителя с эмоциональным чувством восхищения, видящего как элементы здания двигаются, как по волшебству.

Динамические трансформируемые фасады могут стать точками аттракции для туристов. Кинетические инсталляции, объемные трансформируемые фрагменты здания и медиафасады привлекают внимание, организуют видовые точки, становятся ориентирами, достопримечательностями и произведениями искусства [2]. Можно отметить, что каждая из вышеперечисленных особенностей может быть применена в здании как самостоятельно, так и в комбинации с другими, достигая наибольшей эффективности и архитектурно-художественной выразительности. Извлечение максимальной пользы из используемого пространства и адаптивности к функциям, которые могут потенциально в нем протекать, делает динамическою архитектуру трансформируемых фасадов актуальным и перспективным направлением уже сегодня и в долгосрочной перспективе, сохраняя свою актуальность, адаптируясь к новым вызовам.

Повышение привлекательности городской среды и отдельных зданий с динамической архитектурой создает благоприятные условия для развития туризма, повышения насыщенности опыта и комфорта пребывания в городе, создания положительного образа в социальных сетях и интернете, привлекает инвестиции – это дает большую вероятность повторного возвращения туристов и популяризует локацию для новых людей, способствует экономическому росту региона и повышению качества и уровня жизни. Глобальные мировые изменения и рост внутреннего туризма создают благоприятные условия для внедрения и развития востребованных сегодня технологий и направлений архитектуры. Трансформируемые фасады способны справиться с проблемой в одном из важных аспектов туристской инфраструктуры и туристских комплексов – необходимостью учитывать рекреационные, климатические, географические и исторические особенности, освоенность и доступность территорий; способностью взаимодействовать с природными условиями и городской средой и бережно встраиваться в них.

Список источников

1. Башни Аль Бахар в Абу-Даби с кинетическими энергоэффективными фасадами. URL: https://www.architime.ru/specarch/aedas_architects/al_bakhar.htm#1.jpg (дата обращения: 21.03.2025).

2. Ильвицкая С.В. Культурно-досуговый центр как архитектурный ориентир в пространстве современного российского города // Жилищное строительство. 2011. № 10. С. 17–20.

3. Поморов С.Б., Петухова О.Э. Адаптация архитектурно-пространственной структуры прибрежных поселений северных территорий России к изменению климата: аналоги и приемы // Вестник Томского государственного архитектурно-строительного университета. 2019. Т. 21, № 2. С. 89–101. DOI: 10.31675/1607-1859-2019-21-2-89-101.

4. Mercedes-Benz Stadium с уникальной кинетической крышей. URL: https://www.architime.ru/specarch/hok_/mercedes_benz_stadium.htm#0.GIF (дата обращения: 21.03. 2025).

5. The Shed, a Center for the Arts / Diller Scofidio + Renfro. URL: https://www.archdaily.com/914639/the-shed-a-center-for-the-arts-diller-scofidio-plus-renfro (дата обращения: 21.03.2025).

УДК 727.1

Архитектура школьных зданий: проблемы и перспективы

Т.Ю. Коротеева
ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», Москва, Россия

Аннотация. Проектирование школьных зданий является архитектурной проблемой, когда речь идет о функционально-планировочной организации процесса обучения. Сегодня необходимы не только новые типы школьных зданий, но и осознание новых тенденций в функционально-планировочной организации школ. Статья посвящена рассмотрению ключевых проблем современного образования и таким перспективным направлениям

© Коротеева Т.Ю., 2025

формирования архитектурно-планировочных решений школьных зданий, как многофункциональность и гибкость.
Ключевые слова: архитектура школьного здания, проблемы образования, архитектурно-планировочная организация, многофункциональные пространства

Architecture of school buildings: problems and prospects

T.Yu. Koroteeva
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
State University of Land Management, Moscow, Russia

Abstract. Designing school buildings is an architectural problem when it comes to the functional and planning organization of the learning process. Today, not only new types of school buildings are needed, but also awareness of new trends in the functional and planning organization of schools. This article is devoted to the consideration of key problems of modern education and such promising areas of forming architectural and planning solutions for school buildings as multifunctionality and flexibility.
Keywords: architecture of school building, problems of education, architectural planning organization, multifunctional spaces

Совершенно очевидно, что наш мир и общество меняются все более быстрыми темпами. Не только мир труда и развитие технологий, но и окружающий мир – городская среда в целом, претерпевает изменения, предъявляя новые требования к архитектурным проектам, в том числе учреждениям образования. Планирование и организация современных школьных зданий XXI века – все чаще сталкивается с осознанием того, что архитектура здания должна соответствовать изменившимся реалиям жизни и процессам обучения. Причинами изменений становятся: более разнообразная форма передачи знаний и направленность на более индивидуальный процесс обучения, распространение цифровизации, которая меняет подходы и содержание обучения, инклюзия как необходимое требование при архитектурно-планировочной организации школьного здания, соответствие школьного здания тенденции «школы полного дня», которая, вероятно, в обозримом будущем станет ведущей при проектировании.

Если проанализировать проблемы, с которыми сегодня сталкивается образование, то станет ясно, что архитектура школьных зданий

должна фундаментально измениться. Сегодня проекты школ, возведенных в прошлом веке, уже недостаточно соответствуют реальным потребностям. По этой причине неудивительно, что в настоящее время внимание не только архитекторов, но и представителей различных сфер научной и общественной деятельности направлены на поиски и разработку новых концепций организации школы, учитывающих актуальные требования современной жизни. «Цель творческих устремлений – создать школу для гармоничного и всестороннего развития детей с комфортной, мотивирующей и безопасной средой не только для обучения, но и для движения, общения, для свободного времени, творчества» [2].

На этом фоне данная статья посвящена рассмотрению проблем современного образования и таким перспективным направлениям формирования архитектурно-планировочных решений школьных зданий, как многофункциональность и гибкость. Важное значение имеет осознание то, что целей современного образования очень трудно достичь только формированием комфортных учебных помещений. Школьное здание необходимо воспринимать целостно, как систему педагогических, социальных, пространственно-планировочных, экономических и экологических аспектов. Сегодня необходимы не только новые типы школьных зданий, но и осознание новых тенденций в функционально-планировочной организации школ – тенденций, которые позволяют учащимся более активно использовать помещения и пространства, чаще коммуницировать, обучаться и развиваться даже за пределами учебного класса.

В сегодняшнем стремительно изменяющемся мире все больше внимания уделяется ключевым личным качествам, социальным и профессиональным (как мотив выбора будущей профессии) навыкам, которые еще «не в полной мере осознаны научным и педагогическим сообществом» [1]. Приобретение навыков – это процесс обучения, в котором познавательная деятельность, эмоции и креативность во многом взаимосвязаны. Период полураспада научных знаний составляет порядка десяти лет [5]. Уже недостаточно просто получать знания и навыки в школе – учащиеся должны развивать способности учиться самостоятельно на протяжении не только времени обучения в школе, но и всей жизни, извлекать уроки из ошибок и открываться для нового, то есть происходит смещение акцента с изучения предметов на соответствие универсальным компетенциям.

Термин «компетентность» приобрел новое значение на постсоветском пространстве в связи с реформами образования и при-

нятия Болонской системы. Компетенция в школьном образовании обозначает способность применять совокупность знаний, умений, навыков, качеств личности в успешной деятельности как во время обучения в школе, так и в будущей жизни. Ключевые компетенции и базовые навыки важны для самореализации и развития личности, социальной интеграции и активной гражданской позиции.

Неудивительно, что в последние годы все чаще появляются списки компетенций, описывающие центральные аспекты навыков XXI века. На основе анализа социального развития Институт будущего (IFTF) (Исследовательский институт Университета Феникса) [4] определил следующие ключевые компетенции в качестве основных:

- навыки самоанализа и рефлексии;
- социальный интеллект, т.е. приобретение навыков взаимодействия с другими людьми и способность действовать исходя из конкретной ситуации;
- адаптивное, творческое (креативное) мышление – умение отступать от стандартных решений, идей, правил и шаблонов;
- межкультурные компетенции – владение иностранными языками, знание и уважение культуры и обычаев других стран;
- логическое мышление;
- информационная грамотность, подразумевающая не столько использование технических современных средств, сколько получение навыков по поиску, анализу и проверке достоверности полученной информации;
- меж- и трансдисциплинарная работа, которая выражается в комплексном применении в теории и на практике полученных на основе успешного усвоения различных школьных дисциплин знаний, умений и навыков. Все чаще отдельные учебные предметы определяют уже не цели обучения, а проблемы, над которыми необходимо работать. Поэтому междисциплинарные процессы обучения становятся все более важными. Предметная практика, конечно, попрежнему необходима, но она должна быть встроена в контекст, понятный учащимся. Классические предметы, такие как языки, математика и естественные науки, относятся к упомянутым ключевым квалификациям.

Чем больше внимания уделяется компетентностной ориентации в сфере образования, тем интенсивнее становится дискуссия об основах теории и методах обучения. Механическое запоминание и сдача экзаменов в одиночку постепенно заменяются навыками поиска информации, обсуждения и анализа проблемных ситуаций.

Индивидуальность также воспринимается иначе, чем ранее. Целеустремленность, умение коммуникации, индивидуальность и любознательность – важные качества, которые могут стать фундаментом будущей профессиональной деятельности. Обучение происходит не только при соответствии определенной (дидактической) задаче, но и в процессе социализации, воспитания и возможностей развития. Конечная цель школьного образования – дать молодым людям возможность ориентироваться в современном обществе и компетентно оценивать политические, социальные и экономические вопросы и проблемы. Однако проблемой здесь становится не только изменение дидактических концепций, но и ответ на вопрос о том, какие архитектурные пространства школьного здания будут наиболее эффективны для обучения и развития школьников.

Пространство является важным средством коммуникации в процессе преподавания и обучения. То, что пространство школьного здания представляет «третьего педагога» (Лорис Малагуцци) [5] после одноклассников и учителей, уже давно стало широко известной крылатой фразой. В качестве «третьего педагога» организация школьных помещений и пространств (классов, кабинетов, лабораторий, мастерских, общественных пространств и т.д.) должна способствовать не только реализации обучения школьника, но и предлагать безопасные места для развития и идентификации. Исследователи, ученые, педагоги и архитекторы считают, что школьное обучение должно способствовать тому, чтобы дети сохраняли любознательность и желание учиться, а обучение наиболее эффективно в том случае, когда оно понимается как активный и интерактивный процесс с точки зрения обучающихся.

Широкий спектр методов обучения и концепций преподавания, а также растущая важность неформального обучения требуют помещений, которые позволяют легко переключаться между учебой, индивидуальной работой, групповой работой и презентацией результатов. Изменение форм обучения – от индивидуальной работы к групповой, от письменной работы – к работе за компьютером, от оживленного обсуждения – к тихому уголку для чтения, должно быть возможно в учебном пространстве класса. Интерьер должен быть легко изменяемым, а мебель легко трансформироваться, чтобы можно было максимально реализовать возможности помещений. Чтобы соответствовать изменившимся требованиям, учебные здания должны быть достаточно гибкими в проектировании, что относится как к удобству использования помещений, так и к их оборудованию и техническому оснащению. Гибкое программирование

пространств и помещений школы дает возможность потребителям заниматься широким спектром видов деятельности, которые не требуют узкоспециализированного оборудования.

Можно отметить следующие типы учебных формаций, в зависимости от количества вовлеченных в процесс обучения лиц:

- индивидуально – в одиночку (места для погружения в самостоятельную работу) или в составе малочисленной группы из двух человек – специально оборудованные места в классе, библиотеке, общественных рекреациях;
- группа от 4 до 12 человек – помещения для проектной работы, группового обучения;
- группа, соответствующая численности класса, – классное помещение;
- многочисленная группа – несколько классов или учащиеся всей школы – залы для собраний и конференций, вестибюль, актовый зал, пришкольный двор.

Между тем, все помещения, включая коридоры, переходы и рекреации, являются и должны рассматриваться в первую очередь как учебные и доступные пространства (как часть единого образовательного ландшафта), поскольку обучение распространяется на всю школу и окружающую внешнюю среду. Для этой цели коммуникативные пространства, места встреч и отдыха могут выступать, к примеру, как место проведения школьных выставок.

С когнитивной точки зрения пространства внутри и вокруг школы, архитектурные объемы школьных зданий могут бросать вызов, способствовать обучению, поддерживать и поощрять учебную деятельность (путем размещения на стенах «ключевых образовательных элементов (графиков функций, формул, схемы, цепочек молекул, правил, диаграмм, интересных фактов и пр.) и справочной информации (карта мира, карта города, музеи, кинотеатры и пр.)» или абстрактных графических композиций с целью «стимулирования умственной активности и творческого мышления» [4]. То есть обучение должно происходить везде. При этом наилучшим образом спроектированная среда школьного здания – это пространство без коридоров или пустых зон, где все помещения выступают учебными пространствами. Важный аспект многофункциональности направлен на комфортное обустройство общественных мест школы, мест, которые выступают «точками притяжения»: атриумов, амфитеатров, библиотек или медиатек, вестибюлей. Например, вестибюль можно использовать как многофункциональное помещение для школьных собраний или для утренних упражнений, в которых

принимает участие все школьное сообщество, а амфитеатр – в качестве места встреч перед/или между занятиями, или как место проведения мероприятий и лекторий.

При проектировании школ также уделяется внимание их использованию в вечернее время, в выходные дни и летом, принимая во внимание различные группы пользователей и их особые потребности. Концепции школ полного дня основаны на интеграции общественных и досуговых мероприятий в расширенную образовательную миссию школы. Можно предположить, что в перспективе открытые пространства, школьные дворы и школьные дорожки между учебными заведениями будут приобретать все большее значение в качестве неформального обучающего пространства, выступая частью «образовательного ландшафта», открывая свои помещения, пространства и территорию – хотя бы частично – району. Такая практика находила воплощение в проектах школьных зданий 1980-х годов в СССР. Предполагается, что частичное открытие школьных помещений (например, таких как спортивный и актовый залы, столовая, мастерские, кабинеты для проведения курсов и кружковой работы) для пользования жителей района не только сэкономит средства, но и, прежде всего, станет выгодой для всех заинтересованных сторон: жителей, городской и школьной администрации. Возможность пользования пространствами школьного здания и участка в свободное от занятий время можно реализовывать, например, путем предоставления пространства для отдыха и игр в школьном саду, занятий спортом в спортивных помещениях школы и на пришкольном участке, для проведения культурных мероприятий и встреч, таких как театральные выступления, выставки, праздники и торжества.

В целом, можно сказать, что новые задачи архитектуры школьных зданий вырастают из расширения спектра глобальных и социальных задач, где школы являются ответом на изменяющиеся условия работы и жизни семей; отвечают на необходимость признания социальной неоднородности и создания равных возможностей, а организация школьных помещений и пространств становится драйвером инноваций в преподавании и стимулом к разнообразию школьных помещений. Ключевыми направлениями современной пространственной организации школьных зданий являются: обеспечение функционально-планировочной гибкости пространств, обусловливающей многофункциональное использование помещений и способность к трансформации; придание возможности универсального использования пространств и помещений школы и уход от

коридорной системы; содействие при помощи архитектурно-дизайнерских приемов организации общественных пространств школьного здания развитию кругозора у детей и подростков, общению и взаимодействию между школьниками. Таким образом, архитектурно-педагогическая среда и продуманная организация школьного здания – это не просто условия, а рабочий механизм достижения эффективности образовательной деятельности.

Список источников

1. Корешникова Ю.Н., Чернобай Е.В. Школа будущего: путь к самообучающейся организации // Образовательная политика. 2024. № 1 (97). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/shkola-buduschego-put-k-samoobuchayuscheysya-organizatsii (дата обращения: 30.04.2025).

2. Berlogos: Красивые и умные: топ-7 школ с авторской архитектурой, где хочется учиться. 2019. URL: http://www.berlogos.ru/article/krasivye-i-umnye-top-7-shkol-s-avtorskoj-arhitekturoj-gde-hochetsya-uchitsya/ (дата обращения: 20.04.2025).

3. EDUDESIGN: Принципы организации современной образовательной среды. 2023–2024. URL: https://edudesign.ru/space_principles (дата обращения: 29.04.2025).

4. Future Work Skills 2020. Phoenix: Institute for the Future for the University of Phoenix Research Institute. 2011. P. 19. URL: https://legacy.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf (дата обращения: 31.04.2025).

5. Zukunftsfähige Lernräume gestalten. Regionale Bildungslandschaften – Bildung vor Ort Der dritte Pädagoge. Tagung der Ausschüsse “Grundschule und frühkindliche Bildung” und “Gesamtschule” 15. bis 17. Juni 2018. Potsdam–2018. S. 19. URL: https://www.bundeselternrat.de/files/Dokumente/Tagungen/2018/FT%2002%202018/BER_Doku-FT02-2018.pdf (дата обращения: 31.04.2025).

УДК 728.2.05

Общественные пространства в архитектуре современного городского жилища

Т.Ю. Коротеева
МОК КазГАСА, Алматы, Казахстан

Аннотация. Рассмотрены вопросы формирования жилой среды современных жилых комплексов на примере организации общественных пространств. Выявлены уровни общественных пространств и тенденции их организации. Обосновано, что общественные пространства могут предоставить не только комфортные места для разнообразного времяпрепровождения различных групп жителей комплекса, но и способствовать формированию сообщества.
Ключевые слова: общественное пространство, жилой комплекс, жилая среда, сообщество

Public spaces in the architecture of modern urban housing

T.Yu. Koroteeva
International Educational Corporation, Almaty, Kazakhstan

Abstract. The issues of formation of the living environment of modern residential complexes are considered using the example of organization of public spaces. The levels of public spaces and tendencies of their organization are revealed. It is substantiated that public spaces can provide not only comfortable places for various pastimes of different groups of residents of the complex, but also contribute to the formation of a community.
Keywords: public space, residential complex, living environment, community

Мы живем в динамично развивающихся городах, в которых такие мировые проблемы, как глобализация и урбанизация, бросают вызов городской архитектуре и организации жилой среды, меняя не только среду обитания человечества, но и порождая проблему ограниченного социального взаимодействия. Социальная сплоченность городов-мегаполисов снижается в результате роста социального и пространственного неравенства, проблем повсеместной

© Коротеева Т.Ю., 2025

цифровизации, «атомизации» современного общества, демографических изменений, вызванных старением населения, миграцией и низкой рождаемостью. Перечисленные изменения приводят к тому, что, с одной стороны, у многих жителей городов возрастает потребность ощущения себя в качестве части сообщества, с другой стороны – жизнь в городе обусловлена снижением межличностного контакта в повседневной жизни, а вместе с тем – усилением индивидуализации и социальной изоляции.

Пандемия COVID-19 подчеркнула основополагающую роль общественного пространства в наших городах. Вынужденная изоляция вызвала ряд исследований о важности физического пространства для общения и взаимодействия. Закрытие общественных учреждений – кафе и ресторанов, библиотек, театров, музеев, спортивных сооружений – на многие недели еще раз подчеркнуло необходимость общественнозначимых площадок, а также и то, что социальные взаимодействия могут быть перенесены в цифровой форме лишь в ограниченных рамках. Идея сообщества и необходимость в местах для коммуникации стали приоритетными задачами жилой среды городов. Помимо реагирования на чрезвычайные ситуации, пандемия также подчеркнула важность общественного пространства для сообщества и социальной устойчивости жителей [7]. Возникла потребность в проектировании мест общественных связей – архитектурных общественных пространств, которые связывают физическую структуру жилища с его социальной организацией, предоставляя места для неформальных встреч, наблюдения, отдыха, общения жителей.

Предметом данного исследования являются общественные пространства современных жилых комплексов. В основном речь пойдет об организации общественных пространств и возможностях, которые данные пространства могут предоставить жителям. Предполагается, что общественные пространства современных жилых комплексов могут предоставить необходимые места для разнообразного времяпрепровождения различных групп жителей и, таким образом, способствовать гуманизации жилой среды и формированию сообщества. В контексте данной статьи общественные пространства понимаются как доступные, специально обустроенные места, способствующие групповой или индивидуальной деятельности жителей и гостей жилого комплекса.

Можно привести ряд исследований, авторы которых акцентировали внимание на необходимости и важности общественных пространств в жилой среде современных городов. С момента публика-

ции в 1989 году книги «Третье место» [3] социологическая концепция «третьего места» получила широкое распространение за пределами социологии. Заслуга Р. Ольденбурга в том, что он обратил внимание на важность и особенности неформальных мест для собраний для общественной жизни и на те проблемы, которые возникают, когда такие пространства не учитываются при городском планировании. Несмотря на то, что публикация вышла несколько десятилетий назад, тема остается актуальной. «Третьи места» – это все те пространства жилой среды, в которых люди могут чувствовать себя комфортно, как дома, хотя бы на короткое время, а идеальное «третье место» – это место встреч, обучения, искусства и культуры, которое дает пользователям возможность присваивать это место. Большим преимуществом «третьих мест» является их неформальный характер – они ориентированы на соседство, легко доступны, инклюзивны, открыты для всех. Растущая социальная роль «третьих мест» вызвала интерес к исследованию полуобщественных пространств в структуре жилых комплексов.

Теория американского социолога Эрика Клиненберга [5] о «социальной инфраструктуре» адаптирует соображения Ольденбурга. Исследователь принимает центральную идею Р. Ольденбурга о том, что общественные места, которые обеспечивают возможность для встреч и коммуникации людей, имеют актуальное значение для сообщества, поскольку «живое» взаимодействие – лицом к лицу – является основой общественной жизни. Теория «третьих мест» Ольденбурга и определение социальной инфраструктуры Э. Клиненберга по-своему подчеркивают важность легкодоступных мест встреч для общества в жилой среде современных городов. По мнению исследователя, процесс социализации начинается с установления социального взаимодействия и общения между пользователями общего общественного пространства и архитектуры.

Джон Лэнг описывал социальные пространства как «гостеприимные места» и считал, что такие пространства могут улучшить человеческое взаимодействие. При этом социальное пространство должно иметь человеческий масштаб и быть платформой для разнообразного поведения и деятельности, а также должно иметь возможность принимать желаемое поведение граждан [6].

Ян Гейл [1] рассматривал различные уровни взаимоотношений, которые зависят от уровня конфиденциальности и физического пространства, в котором происходит встреча. Например, близкие отношения устанавливаются в более частных пространствах, а поверхностным знакомствам принадлежит другой – более публичный

уровень. Однако можно выявить уровни – полуобщественный или получастный, в которых жители жилого комплекса или отдельно взятой секции делятся знаниями, помогают друг другу и имеют общие проблемы и интересы. Наличие данных уровней конфиденциальности (общественный – полуобщественный – получастный) поощряет широкий спектр возможных взаимодействий между жителями и архитектурных пространств, которые будут способствовать созданию сообщества и позволят людям выбирать, чем они хотят заниматься, не выходя за пределы жилища. Различные степени конфиденциальности обусловливают создание пространств для различных видов деятельности и отношений.

Переход от общественного к частному уровню ограничен различными правилами и границами. Такие границы иерархизируют пространство (подразделяя на общественное – полуобщественное – получастное), определяя территории, доступные жителям и прохожим в разной степени. «Четвертые места» (получастный уровень – коридоры, лифтовые площадки, общественные зеленые зоны конкретного дома, где взаимодействуют жители одного подъезда, или полуобщественные пространства, в которых возможны встречи всех жителей жилого комплекса – внутренний двор, например) – определяют неформальные общественные пространства, которые характеризуются «промежуточностью» (так называемые промежуточные пространства и переходные пространства) и способствуют разнообразным возможностям социального взаимодействия.

Существует большой набор элементов, которые используются для обозначения различных типов границ в жилом комплексе. «Границами» могут выступать: малая архитектурная форма, различные типы и материалы поверхностей земли и стен, зеленые насаждения разных форм, размеров, очертаний и т.д. Умение правильно разграничивать пространства имеет важное значение для наделения отдельных зон общественного пространства различными функциями (игровой, спортивной, прогулочной). Разграничение общественных пространств жилых комплексов, например игровых и спортивных площадок, мест отдыха, пешеходных и велосипедных маршрутов, может включать такие элементы, как зелень, скульптура, водные сооружения, перголы, цветники, террасы, подпорные стены, лестницы и элементы визуальной информации и т.д. Удачно спроектированное общественное пространство способно сделать структуру жилого комплекса более разборчивой, выполняя организующую и информирующую роль.

Исследователи определили, что социальные встречи, происходящие в общественных «промежуточных» пространствах жилища (дворах, вестибюлях – т.е. тех местах, которые выступают границами между частным и общественным, общественным и полуобщественным), способствуют социальной интеграции и сплоченности сообщества, обеспечивая в то же время привязанность жителей к месту проживания и чувство идентичности с ним. Можно отметить, что соседство и чувство сопричастности к местному сообществу связаны с понятием идентификации жителей с конкретным местом жительства, где общественное пространство выступает посредником, который помогает персонализировать жилую среду. Для того чтобы многоэтажные здания жилых комплексов способствовали формированию чувства общности среди пользователей, жизненно важно, чтобы общественные пространства были наиболее разнообразными по функциональному назначению и предусматривали размещение как в открытых общественных, так и в более приватных зонах. Не менее важно активное использование этих пространств.

Продолжительность пребывания людей в общественном пространстве является функцией и показателем его комфорта. Чувство комфорта включает факторы окружающей среды (например, защиту от солнца, ветра и т.д.); физический комфорт (например, удобные места для сидения); социально-психологический комфорт – общественные зоны в жилых комплексах должны быть спроектированы так, чтобы усиливать общественные встречи и укреплять связи между соседями. Как правило, в жилых комплексах общественные и полуобщественные пространства – места для сидения, ожидания и наблюдения на границах между частным и общественным, хорошо визуально связаны, что создает возможность для спонтанных встреч, наблюдения за детьми и гостями комплекса, дает возможность просматриваемости и контроля над территорией, тем самым обеспечивая безопасность. Использование уличной мебели в общественных открытых пространствах жилого комплекса на уровне двора вокруг игровой площадки или фонтанов может поощрять социальное взаимодействие между жителями. Использование тихих и затененных углов, пешеходных дорожек в тени зеленых насаждений, возведение игровых детских площадок и спортивных площадок в центральных зонах двора и использование различных мест отдыха приводит к более частой коммуникации и взаимодействию жителей.

Первые этажи современного городского жилища играют центральную роль в оживленной жизни всего комплекса и квартала

и всегда представляют собой особый интерфейс между зданием и уличным пространством. На первых этажах жилого дома происходит переход от публичного уличного пространства к частному внутреннему. Зона первого этажа играет особую визуально-когнитивную роль: она воспринимается на уровне глаз, определяет границу между внутренним и внешним пространством и включает в себя не только наземный «цокольный этаж» здания, но и окружающие открытые пространства и общественные зоны. Помещения первого этажа имеют большой потенциал, так как они непосредственно граничат с общественным пространством и могут оживить его за счет своего использования. Поэтому вариант использования первых этажей очень важен для вопроса о том, какую функцию будут выполнять общественные помещения для повышения роли личных контактов. Варианты использования первых этажей варьируются от размещения предприятий торговли до объектов обслуживания, например помещений для офисов, магазинов, кафе. Социальные объекты, такие как детские игровые комнаты, групповые комнаты для родителей и детей, спортивные и фитнес-залы, клубы как места встреч разных поколений, и т.д., также могут оживить зону первого этажа в долгосрочной перспективе. В дополнение к классическим секторам услуг и связанным с ними офисным рабочим местам также могут быть созданы рабочие места для так называемой удаленной работы – коворкинги. Следует отметить, что набор элементов общественных пространств, которые необходимо учитывать при проектировании общественных пространств современного жилища, имеет переменную природу в зависимости от класса жилого комплекса и, нередко, от социального положения его жителей.

Можно выявить несколько тенденций, которые, вероятно, и в дальнейшем будут определять дизайн, организацию и использование общественных пространств в жилом комплексе. К ним относятся:

• организация многофункциональных пространств – проектирование общественных зон, которые могут вмещать различные виды деятельности и разнообразные мероприятия, делая пространства более универсальными и адаптируемыми, а также удачный синтез открытых, полуоткрытых и закрытых пространств, которые создают пространственное и визуальное разнообразие жилой среды, открывая перед взглядом новые виды и ракурсы. Например, включение спортивных помещений и пространств: спортивных и фитнес-залов; открытых площадок с тренажерами; велодорожек или мест,

сочетающих работу и жилище – коворкингов, где можно вести переговоры и обсуждать дела, по сути оставаясь в «шаге от дома»;

• включение зеленой инфраструктуры – внедрение зеленых и природных элементов, таких как деревья, растения и водные объекты, для повышения экологической эффективности и эстетической привлекательности комплекса и территории. Зеленые зоны могут быть частными, когда размещены на личном балконе или террасе, получастными и полуобщественными – предназначенными для пользования жильцов секции или комплекса (в виде зимнего сада на этаже или детской площадки на стилобате, например), общественными – для жителей города, включая визуальные характеристики природы в структуре жилого здания [2];

• интеграция визуальных элементов дизайна – включение продуманной системы навигации (табличек, указателей, малых архитектурных форм), разнообразие приемов и методов организации мест отдыха и досуга;

• расширение участия сообщества в процессе планирования и проектирования территории жилого комплекса для обеспечения наибольшего соответствия общественных пространств потребностям и предпочтениям местных жителей и формирования чувства сопричастности. Жители постепенно, в результате принятия решений по организации жилой среды, становятся сообществом, для которого созданная территория, соответствуя предпочтениям, многочисленным требованиям и запросам, приобретает некую ценность [4];

• ориентированность на устойчивое развитие – отдавая приоритет экологически чистым материалам и конструкциям для минимизации воздействия на окружающую среду.

Проблема создания общественного пространства заключается также в его доступности и безопасности, поэтому крайне важно принять универсальный дизайн как целостный способ предоставить всем возможности и права жить, ощущать и пользоваться общественным пространством. При проектировании общественных пространств все чаще используются концепции дизайна для всех, а не планирования, ориентированного на конкретную аудиторию. Применяя инновационные и инклюзивные подходы к проектированию общественных пространств, архитектор может создавать динамичную и устойчивую жилую среду жилых комплексов, которая отвечает разнообразным потребностям жителей.

Выводы. Городское жилище становится все более важной проблемой в быстро изменяющемся мире. Наше чувство общности все

чаще признается человеческой потребностью, которой мы должны уделять больше внимания. В результате сегодня реализуется все больше проектов, в которых необходимость организации сообщества в будущем является ключевой задачей проектирования. Важное место в таких проектах занимает создание общественных пространств в структуре жилища. Общественное пространство – это сеть, система, сложная инфраструктура, состоящая из доступных открытых и закрытых зон, предназначенных для встреч, транзита, общения и участия в общественных мероприятиях. Основные предпосылки включения общественных пространств в структуру жилого комплекса: изменение образа жизни, создание чувства идентичности, укрепление соседских связей, предотвращение социальной изоляции, антисоциального поведения и преступности. При проектировании с учетом разнообразия использования данные пространства способствуют укреплению социальной сплоченности, повышению качества жизни и поддержки устойчивой городской жизни. Таким образом, можно отметить, что качественно спроектированные общественные пространства во многом формируют пространственное поведение жителей и могут выступать платформой для формирования сообщества, способствуя в долгосрочной перспективе созданию более здоровой и комфортной жилой среды наших городов.

Список источников

1. Гейл Я. Жизнь среди зданий: использование общественных пространств / пер с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012. 200 с.

2. Коротеева Т.Ю., Ахмедова А.Т. Зеленые зоны в структуре современного городского жилища // Architecture, urbanism, design: Междунар. электронный научный журнал. 2021. № 2(28). Челябинск. С. 10–18.

3. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / пер. с англ. А. Широкановой. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с. (Серия: Studia Urbanica).

4. Санофф Г. Соучаствующее проектирование. Практики общественного участия в формировании среды больших и малых городов / пер. с англ.; [ред.: Н. Снигирева, Д. Смирнов]. Вологда: Проектная группа 8, 2015. 170 с.

5. Klinenberg E. Palaces for the People. How social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life. New York: Crown, 2018. 288 p.

6. Lang J. Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design. New York: Van Nostrand Reinhold, 1987. 352 p.

7. UN-Habitat (2021). Cities and Pandemics: Towards a More Just, Green and Healthy Future, Nairobi: United Nations. 194 p. URL: https://unhabitat.org/sites/default/files/2021/03/cities_and_pandemics-towards_a_more_just_green_and_healthy_future_un-habitat_2021.pdf (дата обращения: 29.03.2025).

УДК 726.8

Смена парадигмы функционального назначения некрополей с применением заглубленной архитектуры

Ю.В. Курило
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В крупнейших городах с интенсивным притоком населения и активным строительством практически все основные направления градостроительного процесса связаны с освоением территорий и функциональной заменой назначения пространства. Места захоронений тоже эволюционируют в соответствии с меняющимися потребностями и ценностями общества, переосмысливаются как привлекательные общественные пространства, которые способствуют взаимодействию с сообществом, изучению культуры и истории. В статье рассматривается трансформационный путь кладбищ от традиционных мест скорби до динамичных центров активности и притяжения людей, предлагается примерное зонирование и планировка ритуального парка-кладбища.

Ключевые слова: городская архитектура, городское развитие, заглубленная архитектура, подземные объекты, природная среда, экологический дизайн, зеленые технологии, биоподобная архитектура, некрополь, кладбище

A paradigm shift in the functional purpose of necropolises using buried architecture

Yu.V. Kurilo
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. In the largest cities with intensive population inflow and active construction, almost all the main directions of the urban planning process are re-

© Курило Ю.В., 2025

lated to the development of territories and functional change of the purpose of space. Burial grounds too are evolving in accordance with the changing needs and values of society, reinterpreted as attractive public spaces that promote interaction with the community, the study of culture and history. The article discusses the transformational path of cemeteries from traditional places of mourning to dynamic centers of activity and attraction of people, and proposes an approximate zoning and layout of a ritual cemetery park.
Keywords: urban architecture, urban development, buried architecture, underground objects, natural environment, ecological design, green technologies, biosimilar architecture, necropolis, cemetery

Введение

Рост объемов и масштабов эффективного освоения и развития экологического подхода в городском пространстве наблюдается сегодня во всем мире. Он связан со всевозрастающей концентрацией населения в этих городах, уплотнением застройки и непрерывным ростом численности автомобильного парка, которые порождают практически все наиболее острые современные городские проблемы – территориальные, транспортные, экологические, энергетические [4].

Перемещение погребений в городское пространство, объединение мертвых и живых – характерное явление христианской антропологии и важнейшая черта христианской и средневековой урбанизации.

Развитие принципов экологического дизайна и включение биоподобия при проектировании на примере некрополей и мест действующих захоронений как никогда важны сейчас.

Наблюдается расширение масштабов и увеличение объемов результативного освоения и применения экологического подхода в городской среде. Подземные и заглубленные здания составляют одно из направлений зеленой архитектуры, при этом энергосберегающий эффект заглубленных зданий определяется защитной толщей грунта [7].

Природные и рукотворные пещеры, катакомбы и землянки, которые служили для погребений в древности, условно являются первыми сооружениями зеленой архитектуры. Одним из самых значительных образцов заглубленной архитектуры считается Долина царей и цариц в Египте [3]. Погребальные комплексы в Китае, Японии, России располагались в рукотворных холмах.

Перенос захоронений в городское пространство, сосуществование мертвых и живых – характерное явление христианской антропологии и ключевая черта средневековой урбанизации.

Мировая практика использования территорий некрополей

В мировом опыте уже есть примеры, когда территории захоронений приобрели дополнительные функции или поменяли функциональное назначение, к ним применим термин «микрогорода» или «рекреационой функции города» и др. Северное кладбище в Маниле (Филиппины), Эль-Карафа – район в Каире, Чатал-Хююк в Турции, кладбище района Реколета в Буэнос-Айресе, затонувшее кладбище на острове Камигуин (Филиппины), костница в Кутна Гора (Чехия), кладбища Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и других городов России – эти изменения в назначении территории по разным признакам градообразования, архитектуры и природы называют экогородами, но эти исторические практики можно отнести также и к примерам кладбищ или некрополей, как уменьшенной модели города.

Преобразование кладбища в общественное пространство представляет собой серьезный сдвиг в восприятии и использовании, бросающий вызов традиционным представлениям об этих священных местах.

Места захоронений не уничтожаются, а преображаются в соответствии с меняющимися потребностями и ценностями общества. Мрачное наследие кладбища меняется на яркие, привлекательные общественные пространства, которые способствуют взаимодействию с сообществом, изучению культуры и истории. Эти веяния полностью меняют или расширяют функциональное назначение некрополей.

На основании мирового опыта проведен анализ функционального назначения некрополей с выявленными новыми направлениями развития территорий (рис. 1).

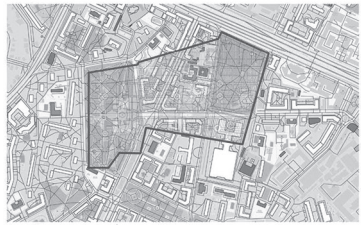
В средневековой Москве захоронения устраивали рядом с приходскими церквями и монастырями, а до 1657 года и в самом Кремле. К концу XVII столетия в Москве было больше 300 кладбищ. В 1771 году, из-за эпидемии чумы, Сенат издал указ о запрете захоронений, умерших от чумы на всех московских кладбищах. За чертой города (за Камер-Коллежским валом) в том же году открываются новые кладбища. Большинство кладбищ, закрытых в связи с эпидемией, приходили в упадок и постепенно исчезали. В советское время, особенно в 1930-е – 40-е годы, из-за застройки и освоения бывших окраин города, уничтожили много кладбищ. О сохранении кладбищ думали редко, поэтому многие современные детские парки, торговые центры и даже элитные жилые комплексы расположены на местах, где когда-то были кладбища.

Рис. 1. Смена парадигмы функционального назначения некрополей в мировой практике

Исследование смены функционального назначения кладбищ Москвы с выявленными новыми направлениями использования территорий рассмотрены на рис. 2.

В 2014 году в Иерусалиме были спроектированы и возведены два погребальных тоннеля, которые рассчитаны приблизительно на 800 мест. Эти туннели проложены под действующим кладбищем (рис. 3). В сравнении с существующими наземными сооружениями, удобство доступа значительно улучшится для посетителей с ограниченными возможностями. Запланировано возведение небольшого музея [6].

МЕМОРИАЛЬНО-ПАРКОВЫЙ КОМПЛЕКС



Карта Братского кладбища за 1916 год, наложенная на современный план района "Сокол". Всехсвятское – Арбатецкое кладбище

ЖИЛАЯ ЗАСТРОЙКА, МОСТ

Карта Дорогомиловского кладбища, нарисованная на существующий план жилой застройки Кутузовского проспекта.

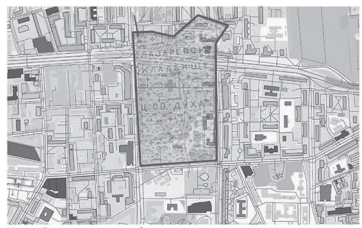
ИСТОРИЧЕСКИЙ НЕКРОПОЛЬ

Карта Новодевичьего кладбища, нарисованная на существующий план некрополя

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

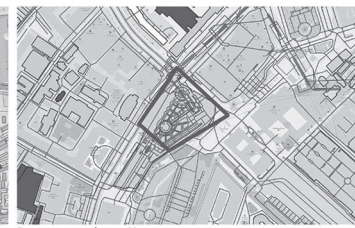
Карта Семёновского военного погоста, наложенная на современный план технического предприятия «Салют», рельсы для трамваев

ПАРК



Карта Лазоревского кладбища, наложенная на существующий план Фестивального парка, ул. Сущевский вал

ЗАГЛУБЛЕННЫЙ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР И ПАРК

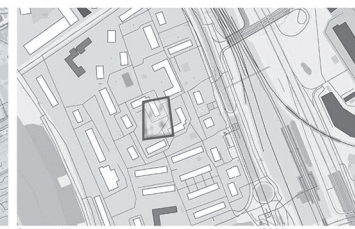


Границы кладбища Моисеевского монастыря, нарисованные на существующий план Манежной площади

ДОСУГОВОЕ ЗДАНИЕ

Границы Симонова монастыря, наложенная на существующий план дворец Спорта, предприятие ЗИЛ, дворец культуры завода «ЗИЛ»

ДЕТСКИЙ САД, САНАТОРИЙ, ЖИЛАЯ ЗАСТРОЙКА



Границы Шелепихинского захоронения, в начале 2000 г. детский садик №1929, жилая застройка

Рис. 2. Изменения функционального использования территорий захоронений г. Москвы

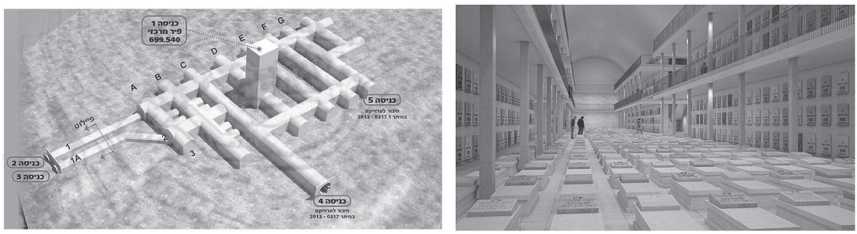


Рис. 3. Экспериментальный туннель «Туннели мира» в Иерусалиме. (URL: https://www.rolzur.com/wp-content/uploads/2019/10/underground-cemetery-in-tunnels.pdf)

Особенности применения биоподобного дизайна заглубленной архитектуры Москвы

Ежегодно в Москве строятся новые станции метрополитена, возводятся частично заглубленные жилые здания и многофункциональные комплексы. С использованием методов проектирования биоподобного дизайна можно выйти на уровень устойчивого развития [4, 5]. Здания, частично заглубленные в грунт и соответствующие принципам экостроительства, также являются наиболее перспективным направлением зеленой архитектуры [2].

Непосредственно в Москве нормативная глубина промерзания почвы варьируется в пределах 1,2–1,32 метра. Постоянная температура на глубине 5–8 метров обусловила интерес к архитектоническим решениям, связанным с подповерхностным строительством. Это обусловлено возрастающими требованиями к тепловой защите конструкционных ограждений как в России, так и за ее пределами. При выборе основных решений заглубленных зданий важно учитывать целесообразность применения альтернативных механических систем, таких как солнечные панели, кондиционирование воздуха с использованием льда, рекуперация тепла из сточных вод, использование низкопотенциальной энергии [2]. Некрополи, построенные с использованием зеленых технологий, имеют потенциал для самодостаточности в энергоснабжении, при условии соблюдения некоторых требований, что позволяет избегать зависимости от внешних источников электроэнергии.

Смена парадигмы и применение биоподобного подхода к проектированию подземного некрополя, основывающегося на принципах и технологиях строительства метро и заглубленных сооружений, способно успешно интегрироваться в эту стратегию. Этот

метод поможет достичь главной задачи – создания разнообразной, устойчивой и здоровой экосистемы, укрепляющей здоровье и благополучие общества и поддерживающей развитие комфортной и гармоничной городской среды. Новые экологические стандарты использования зеленого фонда российской столицы отражены и в принятом в ноябре 2024 года законе «Об охране и использовании зеленого фонда в городе Москве» [1]. Строгое следование положениям данного закона вполне может сыграть важную и, безусловно, основополагающую роль в улучшении текущей экологической ситуации, что поможет создать более благоприятные условия для проживания людей. Это становится особенно актуальным в свете нарастающих и все более ощутимых глобальных экологических вызовов. Принятие этого закона знаменует собой значительный шаг в направлении к устойчивому развитию, обеспечивая возможности для достижения гармонии между окружающей природой и интенсивно урбанизированными зонами. Многочисленные научные исследования с каждым годом все более подтверждают, что разнообразие биоорганизмов оказывает весьма значительное влияние на поддержание здорового и стабильного функционирования городских экосистем. Этот фактор открывает перспективу реализации масштабных инициатив, которые принесут положительный эффект как для экологии, так и для благосостояния общества, обеспечивая баланс между интересами окружающей среды и потребностями человека.

Внедрение природы в архитектурное проектирование, особенно при создании подземной инфраструктуры некрополя, может значительно повысить не только чувство связи с окружающим миром, но и общую устойчивость таких объектов. Интеграция уличного ландшафта с природной средой в рамках проектного решения даст возможность людям ощущать большую сопричастность природе и сохранению семейных традиций даже в заглубленных некрополях. Продуманное взаимодействие урбанистического дизайна и природных систем создает уникальные возможности для интеграции экологических принципов в развитие городов.

При этом использование биоподобных концепций, направленных на проектирование заглубленных некрополей, позволяет осваивать инновационные подходы в области городской экологии. Такие некрополи предоставят возможность взглянуть на развитие урбанистических пространств через призму гармоничной интеграции природы, соединяя поверхностные и подземные зоны в единую экологическую систему.

Объекты, такие как станции метро, крупные торговые центры и мемориальные некрополи, способны выполнять роль своеобразных «ворот» в подземный городской мир. Их входные группы, оформленные с акцентом на эстетически привлекательный природный дизайн, могут стать не только функциональными элементами инфраструктуры, но и привлекательными туристскими объектами. Такой подход предоставляет шанс внести существенный вклад в поддержку экологического законодательства и воплощение его положений в современных реалиях.

Заключение

Заглубленные зеленые здания, соответствующие принципам экостроительства, являются примером того, как некрополи и кладбища можно преобразовать не только в места для захоронений, но и в парковые территории с общественными пространствами, способствующие созерцанию, искусству и связи с историческим наследием и культурой.

Выявленные направления развития территорий некрополей позволяют переформатировать пространство под новые веяния времени благодаря развитию промышленного дизайна и общей тенденции на повсеместную эстетику, даже в местах захоронения.

Передовые тенденции заглубленной архитектуры Израиля можно рассматривать как новое направление проектирования для других стран, стремящихся к улучшению своей инфраструктуры. Инвестиции в подземное строительство могут стать ключевым элементом для устойчивого развития городов, что особенно актуально в условиях изменения климата и урбанизации [4]. Таким образом, будущее развития архитектурно-строительной сферы, связанное с подземными некрополями, выглядит весьма многообещающим и притягательным. Благодаря применению современных зеленых технологий возводимые здания и различные сооружения обладают потенциалом для полного обеспечения себя энергией при соблюдении специфических условий. Продвижение этих объектов будет в значительной мере зависеть от активного внедрения новаторских технологий и методов, а также от применения биоподобных архитектурных решений в проектировании некрополей, которые способны оказать положительное влияние на защиту окружающей среды.

Список источников

1. Законы. Об охране и использовании зеленого фонда в городе Москве: Закон от 13.11.2024 № 27: принят Мосгордумой 13 ноября 2024 года: опубликован 22.11.2024. URL: https://www.mos.ru/authority/documents/doc/54786220/ (дата обращения: 06.12.2024).

2. Ильвицкая С.В., Кукушкина Л.А., Кукушкин А.Е. Зеленая архитектура – Green Architecture // Архитектура и строительство России. 2018. № 1 (225). С. 118–120.

3. Курило Ю.В., Ильвицкая С.В., Петрова Л.В. Биоподобная архитектура. Некрополи // Архитектура и строительство России. 2024. № 4. С. 116–117.

4. Курило Ю.В., Петрова Л.В. Инновационный архитектурный подход в практике использования подземного пространства // Инновации и инвестиции. 2024. № 12. С. 605–609.

5. Downton, PF, DS Jones, J Zeunert & PB Ro6s. Creating Heaffhy Places: Railway Stations, Biophilic Design and Metro Rail Project // Melbourne: Melbourne Metro Rail Authority. 2016. URL: https://nla.gov.au/nla.obj-709355979/view. (дата обращения: 06.12.2024).

6. Glazer, A. Reviving burial in tunnels // 15th International scientific conference: Underground Urbanisation as a Prerequisite for Sustainable Development. St. Petersburg: Procedia Engineering. 2016. Vol. 165. P. 740–746.

7. Golany G.S. Earth-sheltered habitat History (Architecture and Urban Design). New York: Van Nostrand Reinholo Company Inc., 1983. 240 p.

УДК 004:721.012.8

Использование искусственного интеллекта и компьютерных технологий при разработке интерьеров архитектурных объектов

М.Н. Смирнова
ОЧУ ВО «Российская международная академия туризма», Химки, Россия

Аннотация. В статье раскрываются актуальность использования искусственного интеллекта в архитектурно-дизайнерской деятельности, вопросы современного состояния и перспектив развития данного направления.

© Смирнова М.Н., 2025

Рассматриваются внутренние ключевые особенности интеграции нейросетей в сферу проектирования, а также повышение эффективности с технологической и экономической точки зрения.
Ключевые слова: искусственный интеллект, разработка, реализация, технологии, дизайн, архитектура

The use of artificial intelligence and computer technologies in the design of interiors of architectural objects

M.N. Smirnova
Russian International Academy for Tourism, Khimki, Russia

Abstract. The article reveals the relevance of the use of artificial intelligence in architectural and design activities, issues of the current state and prospects for the development of this area. The internal key features of integrating neural networks into the field of design, as well as increasing efficiency from a technological and economic point of view, are considered.
Keywords: artificial intelligence, development, implementation, technology, design, architecture

Введение

Самой актуальной и обсуждаемой темой современной научной сферы является появление искусственного интеллекта. Действительно, в последние годы начали активно прибегать к использованию ИИ в различных сферах деятельности. То, что еще вчера считалось нереальной фантастикой, сегодня – наступившее будущее [2].

Искусственный интеллект и компьютерные технологии стали неотъемлемой частью дизайна и архитектурной деятельности.

Архитектура, как творческое направление, всегда стремилась к превосходству. В настоящее время современный архитектор получил уникальную возможность синтезировать творчество с передовыми технологиями. Разработка интерьеров архитектурных объектов сегодня становится все более эффективной, оригинальной и инновационной.

Технологические аспекты сотрудничества архитекторов и нейросетей

Интерфейс искусственного интеллекта, используемый в архитектуре, включает:

- Информационные технологии: в современной архитектурной практике широко востребовано применение VR (виртуальной ре-

альности). Технология предоставляет архитекторам и заказчикам уникальную возможность изучить объект изнутри еще на стадии разработки;

• Моделирование: самые востребованные программы в области 3D-визуализации, такие как SketchUp, 3D Max, Revit и ArchiCAD, открывают возможность создавать реалистичные кадры интерьерных и экстерьерных решений;

• Искусственный интеллект: применение ИИ для генерации концептуальных решений автоматизирует подбор цветовых гамм, материалов и оптимизирует планировочные решения.

Взаимодействуя с искусственным интеллектом, архитекторы получают ценную информацию для разработки дизайнерских решений, отвечающих актуальным потребностям и предпочтениям клиентов.

Искусственный интеллект также открывает новые горизонты путем систем компьютерного зрения. Алгоритмы распознавания образов способны анализировать и классифицировать изображения, помогая архитекторам в создании эстетически привлекательных и функциональных интерьеров.

Использование виртуальной реальности и аргументированной реальности позволяет создавать 3D-модели и просматривать их в реальном времени. Это помогает им лучше представить, как будут выглядеть интерьеры и какие изменения можно внести, прежде чем приступать к физической реализации проекта.

Кроме того, системы компьютерного зрения и алгоритмы распознавания образов используются для анализа и классификации изображений. Это означает, что ИИ может помочь архитекторам и дизайнерам создавать интерьеры, которые не только выглядят красиво, но и функциональны. Например, ИИ может помочь определить, какие цвета, формы и материалы будут наилучшими для определенного пространства [4].

Генерация дизайн-идей

Сегодняшние ИИ-платформы способны в автоматическом режиме разрабатывать интерьерные и экстерьерные решения, опираясь на введенные критерии, включая стилистическое направление, цветовую гамму и назначение помещения (рис. 1). Такой подход уменьшает время, затрачиваемое на формирование первоначальной идеи, и позволяет проанализировать большое количество альтернатив.

Подход искусственного интеллекта к оптимизации планировки: ИИ способен максимально рационально использовать эргономические параметры и особенности назначения пространства. Системы

Рис. 1. Экстерьер жилого дома, созданный с помощью ИИ

предлагают наиболее эффективные варианты планировки пространства, зонирования, расстановки мебели и т.д.

На рис. 2 показана визуализация проектов путем регенерации искусственного интеллекта.

Главной задачей визуализации проектов является показ клиенту, как будет выглядеть конечный результат, и внесение необходимых изменений на ранних стадиях проектирования. Для создания максимально реалистичной визуализации интерьеров архитектору поможет сочетание ИИ с 3D-моделированием [1].

Повышение эффективности проектирования

Искусственный интеллект – помощник в работе с клиентами: с помощью базы данных ИИ способен не только анализировать вкусы и запросы клиентов, но и составлять максимально продуктивные алгоритмы работы с определенным клиентом. То есть ИИ подбирает индивидуальный подход к предпочтениям и индивидуальным требованиям каждого клиента. Обрабатываются большие объемы информации (вкус, стиль, тренды и т.д.).

Архитекторы, сотрудничая с искусственным интеллектом, получают ценные инсайды для создания дизайнерских решений, отвечающих современным запросам и ожиданиям пользователей [3].

Преимущества:

- Ускорение сроков проектирования;

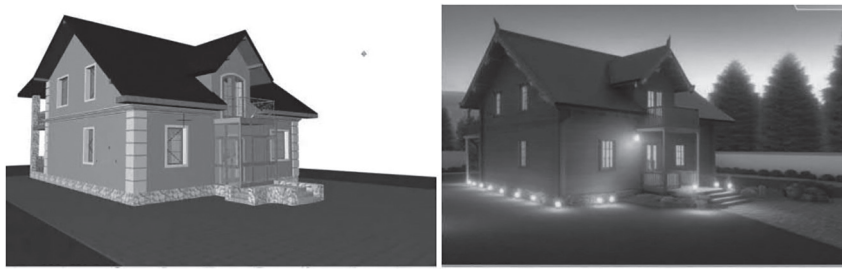


Рис. 2. Визуализация экстерьера жилого дома, улучшенная с помощью ИИ

• Расширение творческого потенциала за счет использования ИИ для генерации новых концепций;

• Более точное соответствие требованиям заказчиков.

Недостатки:

• Сложности интеграции новых технологий в существующие рабочие процессы;

• Необходимость обучения специалистов для работы с новыми инструментами;

• Этические вопросы, связанные с влиянием на человеческое творчество.

ИИ также влияет на совершенствование пользовательского опыта. Популярное направление – чат-боты, основанные на ИИ, предоставляют интерактивную поддержку и помогают пользователям получать персонализированные рекомендации при выборе элементов интерьера.

Прогнозирование трендов: существует масса инструментов, позволяющих делать прогнозы. Наиболее современным и необычным решением является искусственный интеллект. Широкие возможности нейросетей гарантируют оптимизацию запасов, облегченное управление логистической цепочкой, повышение удовлетворенности потребителей. ИИ автоматизирует рутинные этапы, такие как подбор материалов, настройка освещения и декора, что позволяет дизайнерам работать быстрее и эффективнее, уделяя больше внимания творческим задачам. ИИ способен на отслеживание и анализирование новых веяний и тенденций в дизайне. В свою очередь, это помогает архитекторам и дизайнерам всегда быть информационно подкованными и предлагать самые передовые, модные и современные решения для своих клиентов.

Нейросети оперируют огромными объемами данных, могут сделать сложные расчеты, быстро визуализировать схему здания по

точному запросу дизайнера или «придумать» оригинальный эскиз с минимальными вводными. На любом этапе можно внести корректировки и дополнения.

Заключение

Взаимодействие искусственного интеллекта и архитектуры открывает новые возможности для создания инновационных и прогрессивных дизайнерских решений.

Это партнерство между творческим воображением архитектора и мощью искусственного интеллекта ведет к возникновению удивительных, эстетически прекрасных и функциональных интерьеров, которые вдохновляют и преображают пространства, в которых мы живем и работаем.

Интеграция искусственного интеллекта и компьютерных технологий в проектирование интерьеров зданий открывает для дизайнеров и архитекторов беспрецедентные возможности. Но при этом необходимо помнить о сложностях, которые неотъемлемы от внедрения таких инноваций, и стремиться к гармоничной интеграции новых технологий, сохраняя при этом человеческий центр внимания.

Список источников

1. Акшов Э.А. Использование вычислительного проектирования и искусственного интеллекта при моделировании архитектурных объектов // Architecture and Modern Information Technologies. 2023. № 2(63). С. 298–315.

2. Искусственный интеллект в архитектурно-градостроительном проектировании / Власова Е.Л., Власова М.Л., Боровикова Н.В. [и др.] // Architecture and Modern Information Technologies. 2023. № 4(65). С. 311–324.

3. Миндигулова А.А. Феномен искусственного интеллекта: история возникновения и развития // Социология. 2023. № 5. С. 239–244.

4. Хмырова А.Д. Применение искусственного интеллекта в процессе 3D моделирования сложных архитектурных объектов // Научный лидер. 2024, май. Вып. 19 (169).

Сведения об авторах

Абрамов А.И. – директор по развитию гостиничной компании Alean Collection, основатель и управляющий директор компании ABR Hospitality, член экспертного совета Комитета Государственной думы по развитию туризма

Авласенко И.М. – канд. истор. наук, доцент, заведующий кафедрой международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета

Арсений Р.М. – канд. пед. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела РМАТ

Баринова В.А., Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Белякова Н.Ю. – канд. социол. наук, директор Департамента экспедиционной деятельности и развития туризма Русского географического общества

Биресвар Прадхан – индивидуальный исследователь (Индия)

Бисваджит Дас – декан факультета Университета JIS (Калькутта, Индия)

Богун А.И. – доцент ВГИК имени С. Герасимова, член Союза кинематографистов

Борисенко Н.М. – канд. экон. наук, доцент кафедры международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета

Боровских Е.А. – операционный директор компании ABR Hospitality, руководитель проектов по развитию компетенций

Вобликов В.М. – канд. воен. наук, заместитель декана факультета менеджмента туризма, доцент кафедры государственного и муниципального управления и управления персоналом РМАТ

Волков В.А. – исполнительный директор ООО «АЭРОВИП», магистрант РМАТ (науч. руководитель – Т.В. Рассохина, д-р экон. наук, доцент)

Гаврилова Ю.В. – канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента и экономики РМАТ

Гвоздева М.А. – научный сотрудник РАНХиГС

Головина Е.О. – преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела РМАТ

Дедок В.М. – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета

Джаянта Гхош – проректор по международным вопросам Института гостиничного менеджмента имени Гуру Нанака (Калькутта, Индия)

Дмитриева Ю.А. – бакалавр МГУ имени М.В. Ломоносова

Жарков И.А. – канд. истор. наук, доцент, заведующий кафедрой общегуманитарных дисциплин РМАТ

Зарецкий В.М. – д-р истор. наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и индустрии гостеприимства Московского филиала РМАТ

Здоров М.А. – канд. экон. наук

Здоров С.А. – аспирант МФЮА

Здорова А.А. – канд. пед. наук, доцент кафедры общегуманитарных дисциплин РМАТ

Иванов А.Д. – аспирант Государственного университета по землеустройству, BIM-менеджер ООО «High energy»

Ильвицкая С.В. – д-р архитектуры, профессор, заведующая кафедрой дизайна архитектурной среды Московского филиала РМАТ

Карпушина Н.В. – старший преподаватель кафедры менеджмента и индустрии гостеприимства Московского филиала РМАТ

Комиссаров А.В. – магистр архитектуры, аспирант Государственного университета по землеустройству

Королева Т.М. – д-р истор. наук, профессор кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса Севастопольского филиала РЭУ имени Г.В. Плеханова

Коротеева Т.Ю. – аспирант Государственного университета по землеустройству, докторант факультета архитектуры МОК КазГАСА

Красникова Е.В. – преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела РМАТ

Кудакаев А.Я. – ведущий инженер кафедры рекреационной географии и туризма МГУ имени М.В. Ломоносова, действительный член Национальной академии туризма

Куприянова Ю.А. – преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела РМАТ

Курило Ю.В. – доцент кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ

Лагусев Ю.М. – д-р пед. наук, профессор, заведующий кафедрой адаптивной физической культуры ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»

Лагусева Н.Н. – д-р пед. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности РМАТ

Лоншакова Н.А. – д-р социол. наук, профессор, РМАТ

Манько Н.П. – д-р воен. наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и индустрии гостеприимства Московского филиала РМАТ

Мезинова А.А. – студент магистерской программы «Управление устойчивым развитием предприятий туризма и индустрии гостеприимства» РМАТ (науч. руководитель – Р.М. Арсений, канд. пед. наук, доцент)

Михайлова Е.В. – преподаватель специальных дисциплин ГБПОУ Колледж «26 Кадр»

Мозговая О.С. – доцент кафедры международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета

Новак А.В. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Н.П. Манько, д-р воен. наук, профессор)

Ополченов Н.К. – студент РГГУ

Ополченова Е.В. – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и экономики РМАТ

Паластина И.П. – канд. пед. наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и управления персоналом РМАТ

Писаревский Е.Л. – д-р юрид. наук, заслуженный юрист Российской Федерации, финансовый уполномоченный, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин РМАТ

Питюков С.В. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – В.А. Кальней, д-р пед. наук, профессор)

Пунин И.П. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры управления Западно-Подмосковного института туризма – филиала РМАТ

Пьянова Е.А. – преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела РМАТ

Рассохина Т.В. – д-р. экон. наук, доцент, проректор по развитию магистратуры и аспирантуры РМАТ

Смирнова М.Н. – преподаватель кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ

Трофимов А.Е. – вице-президент – директор Департамента продаж и рекламы АО «ЦСТЭ» (холдинг)

Трофимов Е.Н. – д-р полит. наук, профессор, ректор РМАТ

Фикиева Л.М. – главный специалист факультета СПО РМАТ

Фролов Г.А. – помощник директора санатория «Светлана» – сочинского филиала АО «ЦСТЭ» (холдинг), аспирант РМАТ (науч. руководитель – Т.В. Рассохина, д-р экон. наук, доцент)

Фрыгин А.В. – канд. экон. наук, доцент, начальник финансового управления г.о. Щелково, доцент кафедры ГМУиУП РМАТ, доцент кафедры общественных финансов Финансового университета при Правительстве РФ

Цыганов А.В. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Е.А. Алилуйко, канд. пед. наук)

Цыганов М.В. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Е.А. Алилуйко, канд. пед. наук)

Чабанюк О.В. – канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики и государственного и муниципального управления Московского финансово-юридического университета МФЮА

Черных К.Е. – аспирант РМАТ (науч. руководитель – Т.В. Рассохина, д-р экон. наук, доцент)

Шабалина Н.В. – канд. геогр. наук, доцент, исполнительный директор Центра инновационных технологий карьерного развития географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Шиндин А.Б. – генеральный директор туристско-гостиничного комплекса «Бета», аспирант РМАТ (науч. руководитель – Т.В. Рассохина, д-р экон. наук, доцент)

Шпилько С.П. – канд. экон. наук, профессор, почетный президент Российского союза туриндустрии

Яркова Д.И. – руководитель направления «Туризм» АНО «Агентство развития Мончегорска», аспирант РМАТ (науч. руководитель – Т.В. Рассохина, д-р экон. наук, доцент)

Содержание

ВЫСТУПЛЕНИЯ И ДОКЛАДЫ
УЧАСТНИКОВ ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ

Трофимов Е.Н. Трансформация системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с потребностями современного рынка: новации, инновации или опыт прошлого? 5

Трофимов А.Е. Практико-ориентированный подход к подготовке и повышению квалификации кадров санаторно-курортного предприятия (на примере АО «ЦСТЭ» (холдинг)) 19

Шпилько С.П. Развитие гастрономического туризма в России 26

Писаревский Е.Л. О некоторых подходах к исследованию туризма в рамках государственно-правовых наук: философско-правовые аспекты и контекст «духа времени» и «гения места» 33

Арсений Р.М. Проблемы и тенденции практической подготовки студентов в сфере туризма и гостеприимства 47

Авласенко И.М., Борисенко Н.М., Дедок В.М., Мозговая О.С. Инновационные и практико-ориентированные подходы в подготовке специалистов на кафедре международного туризма и гостеприимства Белорусского государственного университета 55

Бисваджит Дас, Биресвар Прадхан. Дедуктивное кодирование раскрывает основные выводы о влиянии Национальной образовательной политики 2020 на общество 64

ДОКЛАДЫ НА ДИСКУССИОННЫХ ПЛОЩАДКАХ НАУЧНЫХ ШКОЛ

I. Методология и технология профессионального образования

Абрамов А.И. , Боровских Е.А. Системный подход к обучению профессионалов – путь к сохранению экспертизы в индустрии гостеприимства и повышению престижа профессии 75

Здорова А.А., Михайлова Е.В. Современные инновационные методы, внедряемые в среднем профессиональном образовании... 82

Лагусева Н.Н., Лагусев Ю.М. Особенности преподавания туристских дисциплин в профильных вузах в современных условиях 90

Лоншакова Н.А. О некоторых подходах к формированию представлений о коллективизме и индивидуализме у студентов туристского вуза в процессе изучения философии 96

Новак А.В. Эксперимент как инструмент проверки соответствия результатов моделирования по созданию системы дополнительной подготовки специалистов сферы страхования ... 102

Питюков С.В. Критерии и показатели формирования деловой культуры специалиста..... 112

Пунин И.П. Анализ объективности оценивания уровня учебных достижений учащихся по результатам компьютерного тестирования..... 115

Фикиева Л.М. О новых подходах к реализации системы непрерывного образования СПО – ВО 125

Цыганов А.В. Технологический алгоритм реализации педагогических условий наставничества в сфере туризма и государственной службы 131

Цыганов М.В. Модели проектирования практической подготовки студентов вуза в цифровой образовательной среде 138

II. Менеджмент предприятий сферы туризма и гостеприимства

Вобликов В.М. Политика благополучия и здоровья сотрудников сферы туризма и гостеприимства в условиях дефицита кадров на рынке труда 146

Волков В.А. Принципы управления системой обеспечения качества VIP-обслуживания в аэропортах туристских дестинаций 157

Гвоздева М.А., Баринова В.А. Устойчивое развитие туризма в России в современных условиях 165

Джаянта Гхош. Важная роль индустрии гостеприимства в способствовании роста устойчивого туризма в Западной Бенгалии: проблемы и способы их преодоления в постковидный период 172

Жарков И.А. Религиозный туризм и межкультурный диалог 196

Здоров М.А., Здоров С.А. Факторы и резервы повышения производительности труда в организациях индустрии туризма ... 201

Манько Н.П., Зарецкий В.М., Карпушина Н.В. Совершенствование подготовки специалистов с учетом тенденций и рекомендаций по применению цифровых информационных технологий при организации в гостинице маркетинговой деятельности 211

Паластина И.П. Стратегическое развитие региона и проекты в области туризма 219

Чабанюк О.В. Проблемы классического подхода к совершенствованию управления инновационным развитием индустрии туризма 226

III. Экономика туризма и рекреации

Белякова Н.Ю. Туристы для науки: человеческий капитал как добавленная потребительская ценность 232

Богун А.И., Дмитриева Ю.А., Кудакаев А.Я. Кинопроизводственные кластеры как новый вид туристских дестинаций 241

Гаврилова Ю.В. Клиентоориентированость развития санаторно-курортных комплексов России в современных условиях 248

Головина Е.О. Актуальные вопросы подготовки кадров для туристских агентств в условиях современных вызовов 254

Королева Т.М. Проблемы освоения городского пространства в советский период (на примере территорий Иркутской области) 260

Красникова Е.В. Подготовка специалистов туристской индустрии как условие обеспечения качества туристского обслуживания 268

Куприянова Ю.А. Формирование профессиональных компетенций будущего специалиста туристского агентства в процессе прохождения практической подготовки 273

Мезинова А.А. Тенденции развития безбарьерного туризма в России 278

Ополченова Е.В., Ополченов Н.К. Визуальная репрезентация как способ развития культурно-познавательного туризма 285

Пьянова Е.А. Особенности организации работы с туристами из стран арабского мира и их влияние на подготовку специалистов индустрии гостеприимства 290

Рассохина Т.В. Современные экономические тренды, формирующие перспективные профессиональные компетенции в сфере туризма 299

Фролов Г.А. Анализ роли санаторно-курортных организаций в корпоративном управлении укреплением здоровья работающих 306

Фрыгин А.В. Развитие ресурсного потенциала местного туризма в ходе трансформации объектов культуры 315

Черных К.Е. Опыт поддержки активного предпринимательского сообщества посредством развития экономики событий 321

Шабалина Н.В. Географические технологии освоения туристско-рекреационного пространства 327

Шиндин А.Б. Преимущества и вызовы цифровизации гостиничного бизнеса 338

Яркова Д.И. Развитие туризма в арктических городах на принципах экономики устойчивого развития 345

IV. Строительство и архитектура в современном мире

Иванов А.Д. Информационное моделирование как часть ландшафтного дизайна коливинговых пространств кампусов 354

Комиссаров А.В., Ильвицкая С.В. Перспективы развития динамической архитектуры зданий с трансформируемыми фасадами 360

Коротеева Т.Ю. Архитектура школьных зданий: проблемы и перспективы 364

Коротеева Т.Ю. Общественные пространства в архитектуре современного городского жилища 372

Курило Ю.В. Смена парадигмы функционального назначения некрополей с применением заглубленной архитектуры 380

Смирнова М.Н. Использование искусственного интеллекта и компьютерных технологий при разработке интерьеров архитектурных объектов 388

Сведения об авторах 394

Научное издание

Туризм: наука и образование

Материалы
VIII Международного форума

«Трансформация системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с потребностями современного рынка»

Московская область, г.о. Химки
8 апреля 2025 г.

Подготовлено к изданию
редакционно-издательским центром РМАТ
Директор центра *Е.А. Семина*
Компьютерная верстка *Д.В. Рябов*

Формат 60х90/16.
Печ. л. 25,25. Тираж 500 экз.