

## УЧРЕДИТЕЛЬ

Российская международная  
академия туризма

## ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

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

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

В.А. Жидких, *д-р полит. наук*  
В.И. Звонников, *д-р пед. наук,  
проф.*  
И.В. Зорин, *д-р пед. наук, проф.*  
В.В. Ивантер, *академик РАН*  
В.А. Кальней (*зам. главного редактора*), *д-р пед. наук, проф.*  
А.В. Квартальнов, *д-р пед. наук,  
доц.*  
В.М. Кривошеев, *канд. экон. наук*  
П.Ф. Кубрушко, *член-корр. РАО*  
А.Д. Некипелов, *академик РАН*  
Н.Д. Никандров, *академик РАО*  
Е.Л. Писаревский, *д-р юрид. наук*  
В.Ю. Питюков, *д-р пед. наук, проф.*  
В. Г. Пугиев, *канд. техн. наук, проф.*  
В.В. Рязанский, *председатель  
Комитета СФ РФ по соц. полити-  
ке*  
А.И. Сесёлкин, *д-р пед. наук, проф.*  
А.Н. Чилингаров, *член-корр. РАН*  
В.К. Федорченко, *д-р пед. наук,  
проф.*  
С.Е. Шишов, *д-р пед. наук, проф.*  
С.П. Шпилько, *канд. экон. наук, доц.*  
Эрве Барре, *проф.*  
Франсуа Бедар, *проф.*  
Мария Гравари-Барбас, *проф.*  
Джафар Джафари, *проф.*  
Зоран Иванович, *проф.*  
Петер Келлер, *проф.*  
Кис ван дер Клип, *проф.*  
Ален Себбан, *проф.*  
Умберто Солимене, *проф.*  
Эдуардо Файош-Сола, *проф.*  
Дэвид Эйри, *проф.*

## СОДЕРЖАНИЕ

### ТУРИСТИКА

- Трофимов Е.Н.** Социальный туризм  
в России и в Европе 3
- Репина М.Г.** Правовое регулирование  
оказания услуг размещения физическими  
лицами 11
- Щедловская М.В., Гуляев В.Г.**  
Современные тенденции устойчивого развития  
инфраструктуры туристских дестинаций 14
- Пинской В.Н.** Проблемы развития  
экологической туристской дестинации  
в Воронежской области 21
- Садиева Н.А.** Развитие культурного туризма  
в Азербайджанской Республике 25
- Педосюк Ю.Ф.** Проблемы формирования  
безбарьерной среды для развития доступного  
туризма 29
- Сикорская В.А.** Развитие  
лечебно-оздоровительного туризма  
в современных условиях 34
- Мазала Р.** Подходы к созданию тематического  
парка в Московском регионе 41

### ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

- Козырев В.М.** Трудовая теория стоимости  
и теория предельной полезности –  
важнейшие направления в современной  
экономической науке 46
- Квартальнов А.В., Чабанюк О.В.**  
Проблемы управления и подготовка кадров  
для инновационной экономики 56
- Коблев К.Р.** Ребрендинг – инструмент  
продвижения Москвы как современного  
мегаполиса 68

### ПЕДАГОГИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

- Кубрушко П.Ф., Назарова Л.И.** Актуальные  
проблемы профессионально-педагогического  
образования 73
- Бухтеева Е.Е., Кальней В.А.** Автономный  
подход в педагогике как методологическая  
категория 78

<b>Шнейдер Л.Б., Хрусталева В.В.</b> Ассоциативный тест как основа конструирования методики изучения социальной идентичности	<b>83</b>	Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-46031 от 5 августа 2011 г.
<b>Лагуева Н.Н.</b> Подходы и уровни процесса творческой самореализации студентов туристского вуза	<b>96</b>	Зав. редакцией <i>Е.А. Семина</i>
<b>Алилуйко Е.А.</b> Фонд оценочных средств в структуре основной образовательной программы высшего образования	<b>100</b>	Научный эксперт <i>В.М. Кривошеев</i>
<b>Бухтеева Е.Е.</b> К проблеме формирования персонального познавательного стиля	<b>104</b>	Научный редактор <i>Д.А. Махотин</i>
<b>Ефремцева Т.Н.</b> Совершенствование содержания профессионального туристского образования на основе международного опыта	<b>108</b>	Редактор <i>Н.В. Герценштейн</i>
<b>Вайнер М.Э.</b> Мотивы получения педагогами дополнительного профессионального образования	<b>112</b>	Корректор <i>А.А. Нотик</i>
<b>Дегтярёв В.А., Сесёлкин А.И.</b> Диверсификация непрерывного профессионального образования в области устойчивого туризма	<b>117</b>	Верстка <i>Т.В. Клейменовой</i>
<b>Рябов П.А.</b> Анализ зарубежного опыта организации практического обучения студентов	<b>122</b>	Дизайн макета <i>Е.А. Ильин</i>
<b>Жираткова Ж.В.</b> Формирование межкультурной компетенции студентов в процессе обучения иностранному языку в туристском вузе	<b>126</b>	Адрес редакции: 141420, Московская обл., г.о. Химки, мкр-н Сходня, ул. Октябрьская, 10 Тел.: 8 (495) 574-22-88 e-mail: vestnik-rmat@yandex.ru
<b>Космачева Л.М., Коровушкина Е.А.</b> Пути оптимизации преподавания профессионального иностранного языка (из опыта деятельности Высшей школы управления гостиничным и туристским бизнесом Ватель – РМАТ)	<b>130</b>	При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Вестник РМАТ» обязательна. Мнения авторов и редакции могут не совпадать.
Сведения об авторах	<b>134</b>	
Contents	<b>136</b>	
Порядок оформления и предоставления статей	<b>138</b>	Подписано в печать 30.10.14. Формат 70×108/16. Объем 8,75 печ. л. Тираж 1000 экз.

Е.Н. ТРОФИМОВ

**СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ И В ЕВРОПЕ**

*Раскрывается значимость социального туризма, имеющего целью сделать путешествия доступными для большинства населения, особенно для молодежи, пенсионеров, инвалидов и малообеспеченных граждан. Автор показывает трансграничность социального туризма, систему социального туризма, его законодательную обеспеченность. Рассматриваются экономические аспекты социального туризма.*

*Ключевые слова: социальный туризм, категории туристов, корпоративная и социальная поддержка, экономика социального туризма.*

*The article reveals the significance of social tourism aimed at making travel accessible for the majority of population, especially for young people, retired people, disabled people, and citizens with low incomes. The author considers cross-border character of social tourism, its system, and legislative provision. The article dwells upon economic aspects of social tourism.*

*Keywords: social tourism, tourist categories, corporative and social support, economy of social tourism.*

В октябре 2014 года в г. Сан-Паулу (Бразилия) состоялось заседание Генеральной ассамблеи Международной организации социального туризма. В центре внимания стоял вопрос о создании более благоприятных условий и расширении доступа к туризму лиц пожилого возраста. Этой тематике будет посвящен Европейский форум, который пройдет в 2015 г. в Португалии.

Прошедший в Бразилии 26-й Всемирный конгресс социального туризма, в работе которого приняли участие представители 25 стран, обсудил тему «Туризм развития: единство в разнообразии». Состоялся широкий диалог о стратегии развития и борьбе против бедности, эксплуатации, дискриминации, неравенства. Прошел широкий обмен опытом в его различных формах,

особенно в социальном, солидарном, доступном, региональном туризме.

Термин «социальный туризм» имеет совершенно разное значение в странах Европы. В зависимости от этого применяются и различные системы. В последнее время меняется отношение к социальному туризму, он становится предметом внимания и академических исследований.

В ноябре 2011 г. на Мальте состоялся 6-й Европейский форум социального туризма, где были обсуждены меры по приданию новой динамики социальной политике туризма. Делегаты Форума выработали «дорожную карту» европейского социального туризма на 2012 г.

По международным понятиям социальный туризм представляет собой совокупность воззрений и явлений, проистекающих из участия в туризме малообеспеченных слоев населения, что

становится возможным в результате применения четко определенных социальных мер. Все это связано, в первую очередь, с экономическими условиями разных стран, заболеваниями, личной или семейной изолированностью, ограниченной подвижностью граждан и др. Эти препятствия на отдых в свободное от учебы и работы время необходимо преодолевать и помогать людям стать приобщенными к туризму в духе уважения ценностей, устойчивости, доступности и солидарности. Использование права на свободное время создает условия для всестороннего развития личности и для социальной интеграции.

В некоторых европейских странах социальный туризм организуется ассоциациями, кооперативами и профсоюзами и имеет целью сделать путешествия доступными для максимально большого числа населения, особенно для наименее привилегированных слоев населения. В СССР эту важную роль выполнял Центральный совет по туризму и экскурсиям.

Российская Федерация, по оценкам экспертов Всемирной туристской организации ООН, входит в пятерку стран, обладающих наибольшим туристским потенциалом. В то же время доля туристской отрасли в ВВП России составляет лишь три процента. Летом 2014 г. воспользовались отдыхом две трети россиян (63%), в том числе только каждый четвертый побывал в путешествии, а 38% отдыхающих провели свой отпуск дома. За год доля «домоседов» возросла на 10%. Эти данные были представлены ВЦИОМ и наталкивают на грустные размышления.

Сложнее обстоят дела с отдыхом социально незащищенных людей. Согласно Всемирной организации здра-

воохранения 15% мирового населения поражены физической, умственной или сенсорной инвалидностью.

Сейчас идут обсуждения нового проекта Закона о туризме, который содержит особую статью о социальном туризме (ст. четвертая). В ней:

1. Социальный туризм представляет собой туризм, осуществляемый полностью или частично за счет средств Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, а также средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

К социальному туризму, в частности, относится:

- детско-юношеский туризм;
- семейный туризм;
- туризм пожилых людей, инвалидов и ветеранов;
- туризм военнослужащих;
- туризм лиц, проживающих в районах Крайнего Севера и Дальнего Востока Российской Федерации;
- туризм лиц, подвергшихся радиационному, химическому и др. воздействию вследствие аварий и катастроф (Чернобыльская АЭС и др.);
- самодеятельный туризм;
- лечебно-оздоровительный туризм;
- туризм соотечественников и их потомков и др.

2. Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования могут предусматривать в бюджетах соответствующих уровней выделение бюджетных ассигнований (субсидий, субвенций) для компенсации расходов субъектов туристской индустрии (туроператоров, перевозчиков, средств размещения и др.), устанавливающих льготы и преимущества социальным туристам по оплате стоимости своих услуг.

Порядок и условия выделения бюджетных ассигнований определяются в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации.

3. Государственное и муниципальное имущество может передаваться на льготных условиях некоммерческим организациям, а также субъектам малого предпринимательства для целей развития самостоятельного и социального туризма на территориях муниципальных образований, в том числе для поддержания в надлежащем состоянии инфраструктуры туристских и экскурсионных маршрутов, средств размещения туристов (туристских приютов, гостиниц, кемпингов и др.), а также объектов туристского показа и др.).

4. Российская Федерация осуществляет необходимые меры по поддержке и развитию туризма с участием соотечественников и их потомков, проживающих в иностранных государствах.

5. Перечень и категории туристов, нуждающихся в социальной защите (социальные туристы), а также дополнительные способы их поддержки определяются нормативно-правовыми актами Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления.

Все кажется правильно. Но, на мой взгляд, следует заметить подход к предложенному одностороннему определению социального туризма, в нем видится только материальная составляющая, а где нравственная? Главное здесь – социальная значимость в плане доступности к отдыху слабозащищенных слоев населения.

На мой взгляд, социальный – это весь туризм, признанный приоритетным государством и обществом и позволяющий быть доступным молодежи, пенсионерам, инвалидам, людям,

имеющим материальные или физические недостатки.

В современной России социальный туризм имеет свои исторические традиции. В Советском Союзе действовала хорошо отлаженная система государственной поддержки отдыха трудящегося населения. Это было явление, во многом похожее на нынешний социальный туризм, хотя сам по себе этот термин не употреблялся. Сейчас люди старшего и среднего поколений вспоминают, как в советские времена законодательно каждый гражданин имел право на труд и отдых. Это главным образом осуществлялось через сеть профсоюзов, молодежные организации и Всесоюзное акционерное общество «Интурист». Таким образом, государство предоставляло возможность большинству трудящихся и пенсионеров, по крайней мере один раз в году, поехать отдохнуть на курорт, в санаторий или пансионат на льготных условиях. Почти половина работающих людей путешествовала тогда и отдыхала по туристским путевкам, выданным на льготных условиях или бесплатно за счет профсоюзов, средств государственного социального страхования или фондов предприятий.

Учредитель Российской международной академии туризма – «Центральный совет по туризму и отдыху» – в то время имел годовой оборот средств до 5 млрд долл. США в нынешнем эквиваленте цен и ежегодно предоставлял услуги более чем 50 млн человек. Это была крупнейшая в мировом туризме структура, ориентированная на социальный туризм, но функционирующая на принципах полного самообеспечения и развития.

Сейчас, как считает президент ОАО «Центральный совет по туризму и от-

дыху» Виктор Пугиев, в России только каждый шестой гражданин имеет возможности путешествовать и отдыхать в период отпуска, и даже не все представители среднего класса проводят отпускное время полноценно.

Современная ситуация в России в корне отличается от советской большей частью в силу задействования рыночных отношений, в условиях которых не существует налаженной на государственном уровне целостной системы развития социального туризма. Он присутствует, но развивается отдельными островками. Прежде всего, это корпоративная социальная поддержка, когда предприятия или работодатели, исходя из своих правил, предоставляют своим работникам скидки на отдых в собственных здравницах или у тех туроператоров, с которыми имеются соответствующие соглашения. Второе – это реализация региональных социальных программ по поддержке нуждающегося в полноценном отдыхе местного населения.

В стране за последнее время все больше обращаются к опыту, накопленному в государствах Европы. В этой связи правительство России в высокой степени заинтересовано в сотрудничестве со Всемирной туристской организацией и Международной организацией социального туризма (ОИТС), участии в их работе. Ростуризмом уже разработана концепция внедрения системы стимулирования внутреннего туризма с использованием чеков «Отдых». Важно подчеркнуть несколько моментов. Первое: в отличие от советского периода у многих россиян есть желание, чтобы социальный туризм стал трансграничным, не замыкался только на внутрироссийском рынке туруслуг, чтобы по социальной линии

российские граждане ездили за рубеж, а к нам приезжали иностранцы среднего достатка, включая лиц с ограниченными возможностями, что предусматривает развитие более тесных международных связей.

Второе: мы стремимся создать систему социального туризма, для чего нужна соответствующая федеральная целевая программа, учитывающая наш собственный и накопленный в мире опыт и ориентированная на поддержку лиц с ограниченными возможностями.

Третье: создание системы социального туризма потребует усилий не только исполнительной власти, но и законодательной, поскольку в законе необходимо четко прописать права, обязанности работодателей, их выгоды в случае социальной поддержки малоимущих граждан и людей со скромным уровнем доходов.

Россия имеет все возможности для развития именно социального туризма. Наша экономика сейчас находится в более благоприятных условиях, чем большинство стран Европы, что несколько повышает уровень доходов населения и дает предприятиям и учреждениям возможность больше оказывать социальную поддержку нуждающимся в ней работникам. Увеличиваются социальные выплаты малоимущим гражданам и их социальная поддержка, и теперь возникает вопрос, как побудить их еще больше тратить средств на отдых и лечение. Ведь именно от этого зависит продолжительность активной трудовой деятельности граждан.

Ежегодно более 13 млн граждан России выезжали на отдых за рубеж и потратили там более 30 млрд долларов. Нашу страну посещают около 3 млн иностранцев. В связи с банкротством

ряда операторов по выездному туризму и ошибочной оценкой участниками рынка перспектив сезона 2014 г. структура спроса на туризм резко изменилась: турпоток за рубеж сократился на 20–25%, а отдых в России вырос в среднем на 15%.

Дело в том, что у нас слабо осуществляется политика массового социального туризма. Речь идет в первую очередь об отдыхе семей, молодежи, пожилых людей и инвалидов, об изыскании необходимых для этого средств: разработке социальной политики в туризме, создании инфраструктуры, развитии системы поддержки наименее обеспеченных граждан, о подготовке необходимых для ее реализации кадров. Скажу еще точнее: социальный туризм – это в первую очередь общенациональное явление.

По моему убеждению, социальный туризм не может существовать без встречного финансирования со стороны государственных органов. И пока Минкультуры и Ростуризм России не получают необходимые для этого средства, социальная улица будет с односторонним движением. Ни субъекты Федерации, ни тем более муниципальные образования не смогут решить эти вопросы самостоятельно.

Без формирования единой системы социального туризма в России невозможно сделать туризм массовым явлением и одной из важных доходных статей государственного бюджета. Иностранцы не поедут к нам развивать и осваивать дестинации, пока мы их сами не разовьем, пока наши туристы, образно говоря, не протопчут туристские тропы. Хочется верить, что рано или поздно мы к этой системе придем, поскольку она активно разрабатывается и внедряется в европейском про-

странстве, к которому мы становимся ближе, поэтому с российской стороны потребуются необходимые шаги на встречу.

В связи с этим особую значимость приобретают проекты налаживания сотрудничества между странами Европейского союза и Россией в сфере социального туризма и работа над механизмами по их реализации, что обеспечит устойчивость туризма, с одной стороны, а с другой – внесет дополнительную предсказуемость в политическую стабильность в отношениях России с ЕС и мировым сообществом в целом.

В настоящее время ситуация в сфере туризма в России такова, что новое понимание социального туризма – доступность – звучит для населения зачастую как что-то грубое и недостойное, напоминающее о старом.

Сегодня у руководства России есть желание превратить туризм в один из двигателей экономического роста. Однако нужно помнить, что значительная часть населения страны по-прежнему остается не охваченной туризмом и, как показывают опросы общественного мнения, отпуска проводит в лучшем случае на даче. Это главным образом находящиеся вне среднего класса малоимущие слои населения и наименее социально защищенные граждане. В нашей стране проживают примерно 35 млн молодых людей в возрасте до 30 лет и 23 млн пенсионеров, которых вполне можно сделать активной частью туристской деятельности. Впрочем, 44% европейцев тоже проводят отпуск дома. Это ненормальное явление.

С другой стороны, в сегодняшнем мире – Европе, Америке, Азии и даже в Африке – есть немало не очень богатых людей, которые хотели бы посе-

тить Россию, но чрезмерная коммерциализация и элитарность нашего внутреннего туризма не позволяют им это сделать. Такое положение ведет не к развитию въездного туризма, а к обособлению страны от остального мира. Я считаю, что въездной туризм будет расти только на основе всемерного поощрения внутреннего социального туризма.

Продолжая разговор о предпосылках, нельзя не отметить, что в России идеи социального туризма не ушли безвозвратно. Сейчас люди не только старшего, но и среднего возраста нередко вспоминают, как в советское время законодательно «каждый гражданин имел право на труд и на отдых», главным образом через сеть профсоюзов, государство предоставляло возможность большинству трудящихся по крайней мере один раз в году поехать отдохнуть на курорт, в дом отдыха или пансионат, во многом на льготных условиях. Да и стоимость платных путевок была такова, что среднестатистический гражданин мог их себе позволить.

Современная рыночная экономика в России не может быть продуктивной и эффективной, если на государственном уровне не будет налажен массовый полноценный отдых трудящихся. В противном случае человеческий ресурс естественным образом будет быстро вырабатываться.

Было бы неверно также утверждать, что социальный туризм у нас отсутствует полностью, он присутствует или фрагментарно, или живет мелкими островками.

Следует отметить, что за последние годы подверглась значительным совершенствованиям система соцзащиты населения. Российский бюджет на-

зывают социально ориентированным, расходы на социальные нужды в нем растут. Большая работа в этом плане проводится в Москве. В текущем году различные социальные льготы получают 4,5 млн москвичей, на социальные программы идет почти половина бюджета столицы. Правительством Москвы принята программа под названием «Социальная поддержка жителей города Москвы на 2012–2016 гг.». Общий объем финансирования программы составит 2 трлн 100 млрд руб. Благодаря таким массивным вливаниям в сферу соцзащиты населения качество жизни москвичей реально повысится. Подобное происходит и в Московской области.

Однако не одной пенсией, не одними транспортными льготами живут пожилые люди и не одной стипендией или работой – молодежь и инвалиды. Для того чтобы быть полноценными людьми, они хотят, как и все, путешествовать, полноценно отдыхать, в том числе и за рубежом.

Эксперты практически в один голос утверждают, что основными факторами, сдерживающими развитие российского туризма, являются высокая стоимость туристских и транспортных услуг, низкая покупательная способность основной массы населения и низкое качество обслуживания. Конечно, перекосы вызывают серьезные деформации в сознании людей, в самой структуре российского туризма и объективно создают основу для критического отношения к проводимой социальной политике. Однако ряд мер вполне можно осуществлять и снизу, не ожидая, пока монополисты сбросят цены, а жизненный уровень населения заметно возрастет. Очевидно, что России не стоит идти по пути создания такой системы и

инфраструктуры туризма, которая нацелена в первую очередь на ограниченный контингент потребителей, якобы обеспечивающих скорейшую окупаемость инвестиций. Скорейшую окупаемость обеспечит только массовость – это закон мировой туристики.

Участники Всемирного конгресса Международной организации социального туризма (OITS), собравшиеся 19–22 сентября 2010 г. в Римини (Италия), констатировали, что туризм – это изначально социальное явление, что экономическая значимость туризма не должна заслонять его роль как формы досуга населения, а практика туризма оказывает благотворное воздействие на физическое и интеллектуальное здоровье населения.

Нам следует присмотреться к тому, что делается для развития социального туризма в Европе и на уровне отдельных стран. Своеобразным ответом кризису со стороны стран ЕС стала поддержка Европарламентом проекта развития социального туризма «Калипсо», нацеленного на использование отпусков большим числом европейцев, расширение сезонов, поддержание и увеличение занятости и, что немало важно, формирование чувства общеевропейской принадлежности. Призванный обеспечить доступность отдыха проект рассчитан на четыре категории населения – пожилых людей и пенсионеров, молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, семей со скромным достатком и инвалидов. На мой взгляд, именно поэтому проекту уготовано лучшее будущее. Он распространен в восьми европейских странах, а еще шесть находятся в стадии эксперимента. России нельзя так долго стоять в стороне.

Говоря о специфике отдельных стран, следует отметить, что во Фран-

ции действует Национальное агентство отпускных чеков Франции, денежный оборот которого в прошлом году составил 1,5 млрд евро, а отпускными чеками расплачивалось порядка 4 млн французов, работавших в частных и государственных структурах. В Испании работает Программа социального туризма, позволяющая ежегодно свыше 1 млн лиц пенсионного возраста совершать групповые организованные поездки в несезон. Правительство оказывает финансовую поддержку программе. В стране также действует программа «Туризм для старшего поколения», в которой участвуют ежегодно более 400 тыс. человек. Привлекает внимание британская программа «Семейный отдых», цель которой состоит в том, чтобы отдых малообеспеченных семей не отличался от отдыха семей более обеспеченных.

Более слабые в экономическом отношении государства Европы выбирают свою нишу. В Венгрии, например, используется система отпускных чеков в целях улучшения демографической ситуации путем предоставления преимущественных возможностей для отдыха будущим матерям. В Чехии действует программа «Путешествия без барьеров» для инвалидов. Примечательно, что все эти и иные многочисленные программы действуют в рамках именно социального туризма. Эти программы заслуживают и нашего внимания, несмотря на то, что ход экономического кризиса вносит коррективы в данные программы.

Однако перспективы развития международного социального туризма в Европе и России состоят прежде всего в создании на паритетных условиях транснациональной российско-европейской платформы социально-

го туризма, формирование и реализация которой помогут обобщить и расширить существующие программы социального туризма и количество пользователей в Европе и России. При наличии в каждой из европейских стран своих социальных программ, основанных на общих принципах и подходах к развитию социального туризма, они должны соединяться в некий конгломерат на базе становления и развития двустороннего и многостороннего межгосударственного сотрудничества. Именно такой подход позволит социальному туризму перешагнуть границы государств, сформировать эту российско-европейскую платформу, в которой потенциальными пользователями были бы многие граждане Европы и России, желающие посетить другие страны на приемлемых условиях.

Решающим средством, способным переломить ныне существующую ситуацию с социальным туризмом в лучшую сторону, могло бы стать принятие федеральной программы социального туризма. Такая программа могла бы объединить усилия на платформе единой социальной политики государственных структур, которые сегодня уже управляют программами соци-

ального туризма, профсоюзов и общественных организаций (партий), заинтересованных в развитии социального туризма, туроператоров и предпринимателей в туристском секторе экономики, федеральных, региональных и местных органов власти.

Если эти условия будут выполнены, социальный туризм реально станет ключевым компонентом российской модели туризма. Это проблема государственного значения, которая требует согласованных действий органов исполнительной и законодательной власти.

Сегодня можно уверенно сказать, что социальный туризм консолидирует единство российской нации, участвует в налаживании связей между населением российских регионов, поскольку в его основе лежат поездки по стране, межрегиональный туристский обмен – знакомство с культурой, жизнью и историческими памятниками других краев, областей, республик, городов и сел, других народов. Социальный туризм будет таким образом содействовать повышению качества жизни, укреплению здоровья россиян и большей продолжительности их трудовой активности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Пугиев В.Г. *Дорогой созидания: профсоюзы, социальный туризм, подготовка туристских кадров*. М.: Логос, 2013. 216 с.

2. *Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма: материалы Международного форума*. Москва, 12 декабря 2013 г. М.: Логос, 2013. 176 с.

3. *Социально-оздоровительный туризм как основа реализации социальной политики государства в целях устойчивого социально-экономического развития города Москвы: материалы Круглого стола*. Москва, 20 марта 2014 г. М.: Логос, 2014. 128 с.

4. Трофимов Е.Н. *Социальный туризм – оздоровление российской нации*. М.: Логос, 2013. 92 с.

М.Г. РЕПИНА

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ РАЗМЕЩЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

*Освещаются вопросы реализации прав граждан на оказание услуг размещения. В частности доказывается невозможность создания в жилых квартирах таких объектов размещения, как гостиницы и хостелы, а также рассматриваются меблированные и гостевые комнаты как средства размещения, доступные для создания физическими лицами.*

*Ключевые слова: гостиничные услуги, гостиница, гостевые комнаты, договор найма, законодательство, меблированные комнаты, потребитель, турист, хостел.*

*The article highlights the issues of realization of human rights for the provision of accommodation services. In particular we prove the impossibility of creating residential apartments accommodation facilities such as hotels and hostels, as well as considered and furnished guest rooms as accommodation facilities available for the creation of individuals.*

*Key words: hotel services, hotel, contract, law, consumer, tourist, hostel.*

В настоящее время в сфере туристских услуг намечается кризисная ситуация. Летом 2014 г. ряд туроператоров объявили себя несостоятельными (банкротами), в связи с чем пострадало большое количество лиц, желающих отправиться в отпуск. Так как нормы закона, регулирующие создание компенсационного фонда, были приняты недавно, то, естественно, необходимые денежные средства для возмещения вреда всем пострадавшим от действий туроператоров отсутствуют. Это отрицательно повлияло на отношение потребителей к туристским организациям. Да и публичные выступления министра культуры с резкими высказываниями в адрес туроператоров и турагентов не способствовали улучшению мнения потребителей. Поэтому многие граждане, желающие заняться внутренним туризмом, на будущее лето будут стремиться организовать свой отдых самостоятельно, без привлечения турорганизаций.

Одной из основных услуг, интересующих будущих туристов, является услуга размещения. Естественно, организуя свой отдых самостоятельно, граждане будут стараться подыскать такие средства размещения, которые будут «подходить им по цене» и, как им будет казаться, рассматривая рекламный материал, «должного качества». Вот здесь и ожидает их опасность. Ведь не всегда лица, дающие рекламу, говорят правду, и проверить качество тех услуг, которые они будут получать, потребители смогут только в период отдыха, а предъявить претензию вообще может стать невозможным в связи с отсутствием законодательных норм, регулирующих возникшие отношения.

На сегодняшний день во многих городах нашего государства начинают развиваться такие явления, как «гостиница в квартире» или «хостелы в квартире». Это новое направление в туриндустрии, которое относится к малобюджетному размещению. В законодательстве эти понятия отсутствуют, и

их регулирование не осуществляется, но и отсутствует прямой запрет на использование жилых помещений в индустрии гостеприимства.

Именно на эти предложения чаще всего будут обращать внимания будущие туристы. А возможно ли размещение гостиницы в квартире?

Физические лица, имеющие две и более квартиры в частной собственности, желают получать доход (прибыль) с этого имущества, сдавая его лицам для временного проживания. Ни в Жилищном кодексе РФ (ЖК РФ), ни в Гражданском кодексе РФ (ГК РФ) нет прямого запрета на временное проживание граждан, не являющихся собственниками этого имущества. Наоборот, статья 17 ЖК РФ закрепляет, что жилое помещение предназначено для проживания граждан, а также допускается использование жилого помещения для осуществления профессиональной деятельности или индивидуальной предпринимательской деятельности проживающими в нем на законных основаниях гражданами, если это не нарушает права и законные интересы других граждан. Гражданский кодекс РФ, статья 671, также позволяет использовать жилье для проживания граждан на основании договора найма «По договору найма жилого помещения одна сторона – собственник жилого помещения или управомоченное им лицо (наймодатель) – обязуется предоставить другой стороне (нанимателю) жилое помещение за плату во владение и пользование для проживания в нем». С учетом указанных обстоятельств можно утверждать, что право на получение дохода от жилого имущества у граждан официально закреплено.

Любая гостиница должна соответствовать нормам ГОСТ Р 51185-2008

«Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». А в нем указывается, что данный ГОСТ предназначен для применения организациями и индивидуальными предпринимателями, оказывающими услуги средств размещения, что автоматически исключает физических лиц как лиц, имеющих возможность оказывать данные услуги.

Если руководствоваться нормами вышеуказанного ГОСТа, то гостиницы – это предприятия, предоставляющие услуги размещения и в большинстве случаев услуги питания, имеющие службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг, а на основании статьи 288 ГК РФ собственник осуществляет права владения, пользования и распоряжения принадлежащим ему жилым помещением в соответствии с его назначением и размещение собственником в принадлежащем ему жилом помещении предприятий, учреждений, организаций допускается только после перевода такого помещения в нежилое.

Тем более что в Правилах предоставления гостиничных услуг, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490, дано определение гостиницы как имущественного комплекса (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенного для предоставления услуг. То есть между собственником жилья (как физическим лицом, так и индивидуальным предпринимателем) и потребителем (гражданином, имеющим намерение заказать либо заказывающим и использующим услуги исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельно-

сти) должен заключаться договор о возмездном оказании услуг, а ГК РФ предусматривает, что распоряжение жилым помещением может осуществляться только по договору найма жилого помещения.

Изложенные выше нормы позволяют сделать вывод, что организация в квартире (или нескольких квартирах), не переведенной в нежилое помещение, предприятия по предоставлению гражданам гостиничных услуг недопустима.

Организация и работа хостелов тоже регулируется нормами ГОСТ Р 51185-2008, в котором закрепляется, что хостелы – это молодежные гостиницы, т.е. предприятия, предоставляющие услуги размещения и питания, управление которыми осуществляется некоммерческой организацией. Также хостелам присуще проживание в многоместных номерах, питание с ограниченным выбором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи, предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы, в основном для молодежи. Следовательно, раз они являются гостиницами, то тоже не могут располагаться в жилых домах и организовываться физическими лицами, так как управление должно осуществляться некоммерческой организацией.

Но тогда как гражданам осуществлять свое право на получение дохода от собственного жилья, не нарушая норм закона, а туристам селиться в частный сектор? Получается только путем заключения договора найма жилого помещения. Но так было до июля 2012 года, пока в силу не вступил ГОСТ Р 54606-2011 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги малых средств размещения.

Общие требования». Стандарт устанавливает общие требования к средствам размещения с номерным фондом не более 50 номеров, предназначенным для временного проживания туристов, и предоставляемым в них услугам.

В данном стандарте указано, что малое средство размещения – это помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров.

Следовательно, физические лица имеют возможность оказывать услуги размещения туристам, предоставляя меблированные и гостевые комнаты, которые в ГОСТе определены как помещения, предназначенные для проживания туристов, с ограниченным перечнем оказываемых услуг, как правило, без услуг питания и других дополнительных услуг (меблированные комнаты), и комнаты, оборудованные мебелью, находящиеся, как правило, в частном жилом помещении, в которых предоставляют услуги временного проживания (гостевые комнаты).

Теперь можно точно утверждать, что меблированные и гостевые комнаты – это не гостиницы, и они могут располагаться в жилых помещениях (многоквартирных и частных домах).

Список требований к услугам, предоставляемым гостевыми и меблированными комнатами, предусматривает прием гостей не менее 8 часов в сутки, уборка жилой комнаты к каждому заезду, смена постельного белья не менее одного раза в пять дней, смена полотенца не менее одного раза в три дня.

Но, заключая договор о возмездном оказании услуг размещения с владель-

цем мебелированных и гостевых комнат (физическим лицом), туристы должны знать, что их договор не подпадает под нормы Закона РФ «О защите прав потребителей», так как по данному закону одна сторона, которая оказывает услуги, должна быть обязательно юридическим лицом или индивидуальным

предпринимателем. Поэтому, в случае причинения туристу вреда или оказания некачественной услуги, он будет вынужден обращаться в суд за защитой своих прав не по закону о защите прав потребителей, а по гражданскому законодательству.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Жилищный кодекс РФ.
3. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».
4. ГОСТ Р 54606-2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования».
5. Правила предоставления гостиничных услуг (утв. Постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490, в ред. 13.03.2013 г.).

УДК 338.49 : 338.486.2

М.В. ЩЕДЛОВСКАЯ, В.Г. ГУЛЯЕВ

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

*Раскрываются современные тенденции и подходы к устойчивому развитию инфраструктуры туристских дестинаций. Авторы рассматривают инновационное развитие туристских дестинаций через анализ инфраструктурной составляющей туризма. Большое внимание уделяется также информационным системам и системам информационного обеспечения развития туристских дестинаций.*

*Ключевые слова: устойчивое развитие туризма, туристская дестинация, инновационное развитие туристских дестинаций, инфраструктурная модель туризма, туристские информационные системы.*

*The article expands the modern trends in stable development of infrastructure of tourist destinations. The authors views innovative development of tourist destinations through the analysis of infrastructure components in tourism.*

*Key words: stable development of tourism, tourist destination, innovative development, infrastructure model, tourism information systems.*

Тенденции, наблюдающиеся в настоящее время в туристской сфере, сви-

детельствуют о том, что развитие туризма осуществляется путем широкого внедрения инноваций. Значительное влияние оказывают технический

прогресс, внедрение базовых инноваций (нанотехнологии, биотехнологии и др.), а также широкое использование научных методов (экономико-математическое моделирование, системный анализ, вероятностное прогнозирование и др.).

Несмотря на возникающие препятствия, кризисы (природные катаклизмы, техногенные катастрофы, террористические акты и др.), туризм в мире и России продолжает активно развиваться. Происходят изменения, совершенствуются формы и методы организации путешествий, возникают новые виды туризма, разрабатываются и создаются условия его устойчивого развития.

«Устойчивое развитие – это стабильное социально-экономическое развитие, не разрушающее своей природной основы и обеспечивающее непрерывный прогресс общества» [1].

Одной из составляющих устойчивого развития туризма является инфраструктурная модель туризма. Дословно инфраструктура – это основание, фундамент, внутреннее строение экономической системы. Понятие инфраструктуры рассматривается в зависимости от вида отрасли, сферы хозяйственной деятельности, вида оказываемых услуг, масштаба действия и т. д.

Особенность инфраструктуры туризма состоит в том, что она может существенно отличаться по составу для разных видов туризма и требования к ней могут быть совершенно противоположные. Инфраструктура должна быть привлекательна, широко известна и прорекламирована для потенциальных туристов и гостей. Это возможно лишь тогда, когда разрабатываются специальные мероприятия по продвижению и позиционированию турист-

ской услуги на территории конкретной туристской дестинации.

Важное значение в развитии туристской инфраструктуры в рамках специфики туризма рассматривается многими авторами. «Туризм как специфический вид услуг оказывает прямое и косвенное воздействие на экономику и социальную сферу. Прямое воздействие туризма на экономику страны выражается его вкладом в доходную часть бюджетов различных уровней через налоги, а также формированием валового внутреннего продукта. Прямое воздействие туризма на социальную сферу выражается параметрами повышения качества трудовых ресурсов через отдых и оздоровление, а также количеством созданных рабочих мест в туристских предприятиях» [1].

В последние годы наблюдается постепенный, но все более масштабный переход к применению туристскими организациями специальных методов и форм, обеспечивающих рациональное использование туристско-рекреационных ресурсов и инфраструктурного обеспечения. Широко применяются и становятся более популярными системы сертификации, мероприятия по охране окружающей среды, экологическая маркировка, кодексы поведения, индексы и показатели эффективности инфраструктуры индустрии туризма.

В мероприятиях по обеспечению устойчивого развития туризма участвуют не только туристские предприятия и ассоциации, но государственные и негосударственные организации, в том числе волонтеры.

Изменяется характер и структура туризма. Новые технологии дают возможность гибко и сегментированно организовать проведение отпуска,

конкурентоспособного с массовым, стандартным предложением. На смену «массовому, стандартизованному и обязательно комплексному» туризму приходит новый индивидуализированный вид туристских услуг, сформированных на заказ, исходя из дифференцированного спроса.

Внедрение современных технологий в сфере туризма повлекло за собой появление новых понятий, таких как туристские информационные системы, е-туризм (e-tourism) и е-путешествия (e-travel), а наиболее крупные сетевые турагентства используют адаптированные системы бронирования и информационные технологии управления.

*Концепция е-туризма* охватывает все бизнес-функции: е-коммерцию, е-маркетинг, е-финансы, е-бухгалтерию, е-поставки, е-НИКР, е-производство, а также е-стратегию, е-планирование и е-менеджмент во всех секторах современной индустрии туризма: туризм, путешествия, транспорт, досуг, гостеприимство, безопасность, а также общественные организации. Таким образом, е-туризм имеет три составляющие: бизнес-менеджмент, менеджмент информационных систем и, собственно, туризм.

Чаще всего е-туризм определяют как онлайн-услугу, обеспечивающую прямые продажи туристских услуг конечным потребителям и объединяющую производителей, турагентов и посредников [11].

*Е-путешествия (e-travel)* – это онлайн-услуга, которая содержит новости о путешествиях, информацию и консультацию по вопросам, которые могут возникнуть при планировании путешествия [12].

*Туристские информационные системы (Tourism Information Systems –*

*TIS)* – новая модель бизнеса, которая обслуживает и оказывает информационную поддержку организациям, которые занимаются е-туризмом и е-путешествиями. Информация, получаемая из этих источников, может служить исходной точкой для решения множества задач, включая планирование путешествий, формирование и сопоставление цен и создание динамических пакидж-туров [5].

Глобальная дистрибутивная система бронирования *Galileo International* предоставляет услуги по электронному глобальному распределению ресурсов (ГРС) для туристских агентств через компьютерную систему бронирования, предлагает инновационные решения на основе Интернет. *Galileo* – это дистрибутор туристских ресурсов, позволяющий агентствам создавать добавленную стоимость и расширять выбор для путешественников.

*Sabre* – это глобальная дистрибутивная система, обеспечивающая своих пользователей самой надежной в отрасли туристской информацией, а также данными о расписании, наличии мест, ценообразовании и правилах авиакомпаний. Кроме того, *Sabre* дает возможность бронирования и оформления авиабилетов, посадочных талонов, маршрутов и других перевозочных документов.

Система бронирования *Worldspan* считается самой динамично развивающейся компьютерной системой бронирования в мире. Условия пользования стационарной версией *Worldspan* очень схожи с принципами работы *Amadeus*. Существует возможность подключения к системе нескольких офисных компьютеров через один модем. Таким образом, занимается всего один телефонный номер, что весьма

важно при общей для всех агентов проблеме дефицита телефонных линий.

Программное обеспечение системы Worldspan дает все преимущества работы в среде Windows – возможность создания дружелюбно настраиваемого интерфейса, многооконность и пр. Дополнительные утилиты предназначены для доступа к конфиденциальным тарифам авиакомпаний и отелей.

Предусмотрена автоматическая калькуляция тура с учетом бронирования и налогов, а также поиск по заданным датам стыковки маршрута с учетом оптимальной цены и реального наличия мест.

*Амадеус* – система бронирования авиаперелетов, гостиниц, автомобилей, железнодорожных перевозок, паромов, круизов. Входит в четверку крупнейших мировых систем. По некоторым показателям занимает первое место в мире, таким как, например: количество туристских агентств, использующих Амадеус, количество терминалов. Первое место по всем показателям на таких рынках, как: Европа, Африка и Южная Америка.

Сегодня Амадеус предлагает своим клиентам возможность в реальном времени бронировать билеты на рейсы более чем 680 авиакомпаний, в том числе российских, таких как: «Аэрофлот», «Пулковские авиалинии», «Самарские авиалинии», «Уральские авиалинии», «Красноярские авиалинии», Авиакомпания «Сибирь», Авиакомпания «Центр Авиа», «Кавминводьявиа», «Домодедовские авиалинии», «Владивосток Авиа», и просматривать расписание рейсов более 750 авиакомпаний во всем мире.

*«Мастер-тур»* – это программный комплекс, превращающий работу сотрудника туристского офиса любого ранга в творчество: у вас всегда под ру-

кой любая информация о каждом туре, о каждом клиенте, о каждом партнере и взаиморасчетах; точность в выполнении калькуляций тура; мгновенное заполнение любых стандартных форм документов: анкет, листов бронирования, ваучеров, румминг-листов, туристских путевок и так далее.

В основу философии программы положено понятие не тура, а услуги – маленького «кирпичика», который в совокупности с другими услугами составляет программу любого тура. Причем таким «кирпичиком» (функциональным элементом) может стать любой другой тур или пакет (совокупность услуг, предоставляемых принимающим туроператором), если они входят в программу другого, более сложного тура. Такая композиция позволяет менеджеру во время работы с клиентом добавлять или, если это разрешено старшим менеджером по туру, удалять любую услугу даже из программы стандартного тура.

*Программа «Само-Тур»* предназначена для автоматизации офиса туроператора. Программа учитывает все технологические операции туроператорской деятельности.

Основные возможности программы:

- описание услуг, предоставляемых туристам: гостиниц, транспорта, страхования, визовой поддержки, дополнительных услуг;
- квотирование услуг: номеров гостиниц, мест транспорта и мест тура;
- создание турпакетов из различного набора услуг, расчет прайс-листа и подготовку их к печати;
- оформление заявок туристов;
- подготовка документов туриста: ваучер, билет, страховой полис, анкета для оформления визы, путевка ТУР-1 и др.;

- подготовка заявок партнерам для бронирования и подтверждений покупателей (турагентствам);

- учет платежей покупателей и расчетов с партнерами за предоставленные услуги;

- формирование итоговых отчетов и списков: для гостиниц, авиакомпаний, посольств и страховых компаний;

- статистический анализ.

Автоматизация – долгий и непрерывный процесс, требующий постоянных инвестиций, уровень которых определяется статусом организации. Недовложения в автоматизацию и информационные технологии могут обернуться потерей клиентов и крахом компании.

Применение динамической компоновки тура является инновационным решением будущего развития туристской отрасли.

В ходе реструктуризации проявился и системный подход к развитию туризма – главными становятся дестинации. В работах М.А. Морозова [4], Е.А. Машкович [3], Т.В. Львовой [2] и других авторов проводился анализ смыслового значения понятия «туристская дестинация». П. Пирс [10] определяет ее как «место, посещение которого оставляет у туристов разные впечатления, опыт и эмоции», Альтхоф [8]: «место назначения, целевой регион»; автор приводит примеры дестинаций: федеральные земли, определенные регионы, сооружения для проведения свободного времени. Каспар [9]: пункт «кристаллизации туристского спроса».

Проанализировав понятие «туристская дестинация», видно, что оно трактуется разными учеными неоднозначно. По нашему мнению, эффективное развитие туристской дестинации во многом связано с развитием и повы-

шением конкурентоспособности предприятий, организаций и учреждений, находящихся на определенной территории. Изменения в окружающей среде требуют систематического мониторинга, выбора методов стратегического планирования, изучения процессов, происходящих в конкретной дестинации. Таким образом, можно утверждать, что чем выше конкурентоспособность дестинации, тем больше туристов ее посещает, а это в свою очередь улучшает экономическое состояние данной территории, повышает благосостояние и качество жизни местного населения, способствует экономическому развитию.

Путешественники выбирают ту дестинацию, которая, на их взгляд, является наиболее подходящей для удовлетворения их потребностей. Они готовы платить за предоставляемые дестинациями блага, причем готовность платить растет в зависимости от уникальности дестинации.

Судьба дестинаций зависит от большого количества независимых переменных, на которые не могут влиять ни частный, ни государственный сектор. Они включают местонахождение и потенциал рыночных ресурсов, а также доступность, которая определяется наличием транспортных связей и уровнем колебания цен в зависимости от сезона. Кроме того, эти независимые переменные в значительной степени определяют характер продуктовой инновации. Возможности продуктовой инноваций лимитируются из-за того, что некоторые из них не могут быть произведены без включения в общие блага дестинаций. Из-за этого серьезным испытанием для местных предпринимателей является создание новых дополнительных ценностных

достоинств продуктов для потребителей. Для этого требуются значительные инвестиции в исследования и разработки ноу-хау, в обучение персонала, а также оптимальное использование возможностей, предлагаемых внутренним развитием.

Важным элементом, привлекающим туристов, является качество обслуживания в организациях индустрии туризма. Этот параметр зависит от умения персонала распознать и оценить требования каждого клиента к заказываемому обслуживанию, оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания, оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания, добиваясь удовлетворенности каждого клиента предоставляемым обслуживанием [6].

Дестинация и ее составляющие имеют жизненный цикл, похожий на жизненные циклы других продуктов, и не всегда возможно продлить этот жизненный цикл путем простого омоложения продуктов и услуг. Во всех традиционных туристских регионах имеется тенденция к концентрации туристских дестинаций вблизи наиболее развитых промышленных и культурных центров. Это отрицательно влияет на развитие других территорий. Последние довольствуются эксплуатацией рыночных ниш, которые, из-за неизменной экономии, обусловленной ростом масштабов производства, находятся вне интересов крупнейших дестинаций.

Поэтому будущее традиционных дестинаций во многом будет зависеть от туристской политики, ориентированной на инновации. Такая политика должна помочь расширить жизненный цикл туристских продуктов и услуг и достигнуть постоянных показателей роста.

«Поведение» и эффективность инноваций объясняются длинными волнами делового цикла. Кондратьевские волны имеют отношение к так называемым базисным инновациям, которые ведут к значительным изменениям и приносят много так называемых прикладных инноваций, которые широко используются в туристской деятельности [5].

Тенденции, происходящие в настоящее время в сфере туризма, указывают на необходимость сформировать систему информационного обеспечения инновационного развития туристских дестинаций. Она включает:

- систему информационного обеспечения как функционального комплекса, обеспечивающего органичную взаимосвязь технических средств, методов и технологий работы с информацией;
- систему информационного обеспечения, учитывающую информационные потребности пользователей туристско-рекреационных услуг;
- информацию о состоянии и параметрах функционирования объектов туристско-рекреационных дестинаций, поступающую через определенные промежутки времени или в соответствии с потребностями в ней.

При этом основными элементами данной системы должны быть:

- подсистема сбора информации о состоянии внешней среды (путем мониторинга основных влияющих факторов: состояние мировой экономики, уровень заработных плат, последние тенденции и направления в туристско-рекреационной сфере и др.);
- подсистема сбора информации о состоянии внутренней среды (формируется массив информационных данных из внутренних источников дестинации: ценовая политика, качество и количество предоставляемых услуг,

загрузка гостиниц, развитие сферы гостеприимства, наличие предприятий общественного питания, транспорт, природно-рекреационные ресурсы, развлекательно-зрелищная сфера, туристские маршруты, экологическая обстановка и другое);

- подсистема информационных потоков (обеспечивает оптимальную циркуляцию и физическое перемещение информационных сообщений);

- подсистема информационных технологий (обеспечивает взаимодействие совокупности средств и методов сбора, накопления, перемещения, обработки информации).

Внедрение и обслуживание предложенной системы информационно-

го обеспечения требует определенных финансовых ресурсов, поэтому на первом этапе очень важно определить источники финансирования проекта. Основными инвесторами могут стать как государственные органы, заинтересованные в формировании имиджа дестинаций, так и объединения (ассоциации) субъектов хозяйствования в данной сфере деятельности.

В условиях глобализации изучение и анализ процессов, происходящих в туристской сфере, позволит обеспечивать стабильность, гарантии безопасности туристов, совершенствовать правовое регулирование туризма с учетом анализа прецедентов, возникающих в последнее время.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник. М.: Советский спорт, 2008. 280 с.
2. Львова Т.В. Влияние качества туристских услуг на экономику дестинации (на примере города-курорта Сочи): дис. ... канд. экон. наук. Сочи, 2011. С. 107.
3. Машкович Е.А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия ИГЭА. 2007. № 6 (56).
4. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. М.: РосНОУ, 2005. С. 80.
5. Новиков В.С. Сборник научных статей Московской академии туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при правительстве Москвы. М., 2006.
6. Щедловская М.В., Морозов М.А. Анализ конкурентных преимуществ (привлекательности) туристской дестинации Наро-Фоминского муниципального района // Современная конкуренция. 2013. № 2 (38).
7. Щедловская М.В., Морозов М.А. Роль информационных технологий в формировании туристской дестинации Наро-Фоминского муниципального района // Вестник РГТУ. 2012. № 2.
8. Althof W. Incoming-Tourismus. München, Wien, Oldenbourg, 1996. Цит. по: Машкович Е.А. Оценка понятия «Туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. С. 89.
9. Kaspar C. Die Tourismus lehre im Grundriss / 5 überarb. und erg. Aufl. Bern: Stuttgart; Wien: Haupt, 1996. С. 65-70. Цит. по: Рябуха А.Ю. Управление развитием местных сообществ на основе использования туристского пространства: дис. ... канд. экон. наук. Краснодар, 2006. С. 23.
10. Pearce D. Tourism development. 1989. Цит. по: Машкович Е.А. Оценка понятия «Туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия Иркутской государственной экономической академии. Иркутск, ИГЭА, 2007. С. 89.
11. Виртуальная проекция: E-туризм и E-путешествия [электронный ресурс]. URL: <http://2012uwell.com/news/e-turizm-i-e-puteshestviya-virtualnaya-p> (дата обращения: 08.11.2014).
12. Все о туризме: туристическая библиотека. Новиков В.С. Инновации в туризме [электронный ресурс]. URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov98.htm](http://tourlib.net/books_tourism/novikov98.htm) (дата обращения: 7.11.2014).

В.Н. ПИНСКОЙ

---

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

---

*Рассмотрены перспективы и проблемы развития экологической туристской дестинации в Воронежской области. Эта область рассмотрена как регион, благоприятный для развития экотуризма. Предложены пути формирования и реализации стратегии продвижения экотуристского продукта на региональном, российском и международных рынках. Обоснованы сдерживающие факторы развития Воронежской экологической туристской дестинации.*

*Ключевые слова:* дестинация, экологический туризм, стратегия продвижения экотуристского продукта.

*The article considers the prospects and problems of development of ecological tourism destinations in the Voronezh region. The region is considered as a region is favorable for the development of ecotourism. The ways of formation and realization of strategy of promotion of ecotourism product on the regional, Russian and international markets. Justified constraints of development of the Voronezh ecological tourist destination.*

*Keywords:* destination, ecological tourism, the strategy of promoting ecotourism product.

Конец XX – начало XXI вв. в науке обозначились новой стратегией – экологизацией сознания человека. Общая экологизация, по мнению Н.Ф. Реймерса [2], представляет собой разносторонний, более системный, чем ранее, подход к объективному миру и большее осознание роли природы в жизни человека, то есть новый этап «экологической культуры». Не случайно в социально-гуманитарном знании экологическая культура рассматривается в качестве важнейшей составляющей общей культуры человека, способной синтезировать ценности, знания и соответствующие нормы и способы жизнедеятельности. В контексте воспитания экологическую культуру следует понимать как меру цивилизованности, синтез опыта и традиций природосообразного и социо-

сохраняющего поведения [4]. При этом «культура» трактуется по-разному, но наиболее существенными ее атрибутами признаются осознанное, глубокое и уважительное отношение к наследию прошлого, способность к творческому восприятию действительности в той или иной сфере деятельности. И.А. Зимняя, Б.Н. Бойденко, Т. Кривченко представляют общую культуру человека как сложное системное образование, смыслообразующим ядром которого является отношение человека к миру, к себе, к другим, к труду, к природе, «сквозными характеристиками» которой являются: понимание мира (осмысление); знание мира и себя в нем; умение; творение и результирующая характеристика – готовность человека к дальнейшему развитию [1].

Экологическая парадигма в самое последнее время прочно внедряется в

туристскую сферу. Рост антропогенно измененных площадей на нашей планете увеличивает туристский спрос на отдых в мало нарушенной или вообще дикой природе. В отличие от повсеместно развитого природного туризма экологический туризм воспринимается как более комплексная концепция [3].

В последние годы, по мнению многих экспертов, экологический туризм стал считаться одним из наиболее перспективных видов туризма. Ему предрекают от 10 до 20% объема всего мирового туристского рынка, а некоторые поднимают эти цифры чуть ли не до 60%.

Экотуризм – в первую очередь это путешествие в природу, при котором не наносится вред экологической и социально-культурной среде посещаемой местности. Он связан с познавательной и просветительской функцией: с одной стороны, туристы знакомятся с природой, местными обычаями и культурой, а с другой стороны – узнают больше об экологических проблемах и принимают посильное участие в их решении. Таким образом, экологический туризм воспитывает в человеке любовь и чувство ответственности по отношению к окружающей среде. При этом недопустимо использование транспорта, наносящего вред экологии. Распространены конные прогулки, электромобили и пешие походы. Бытовой мусор и отходы должны быть утилизированы в соответствии со всеми необходимыми экологическими нормами. В питании туристов используются свежие продукты местного производства. Сбор ягод, грибов, лекарственных растений производится в строго отведенных для этого местах.

Критерии экотуризма можно представить следующим образом: отдых на природе с целью получения эстетического удовольствия; получение знаний об окружающей среде и видовом многообразии рассматриваемой экосистемы; лечение на природе, при котором используются естественные факторы и целебные свойства лекарственных трав. Под запретом костры, вырубка леса, охота и прочие разрушительные проявления. Это ботанические, зоологические и геологические туры, в которых центром интереса является живая природа; сельские туры (агротуры), в ходе которых туристы ведут сельский образ жизни на хуторах или фермах; водные, спелеологические, горные туры, в которых внимание туристов в основном сосредоточено на неживой природе.

Для Воронежской области перспективными районами экотуризма являются: Лискинский, Острогожский, Бобровский, Павловский, Подгоренский муниципальные районы. Для экотуристов объектом притяжения являются: водная артерия реки Дон; природный архитектурно-археологический музей-заповедник «Дивногорье», санаторий им. Цурюпы, санаторий «Радон»; исторический центр г. Острогожска, храмы, музей им. Крамского, Сторожевской комплекс памятников археологии; исторический центр г. Павловска, школьный народный музей Российского флота им. П.И. Ляшенко, Шипов лес, детский санаторий в Павловске; меловой пещерный храм Александра Невского (с. Белогорье), Свято-Спасский женский монастырь (с. Костомарово); Хреновской и Чесменский конезаводы.

Для Воронежской области можно говорить о создании экотуристской де-

стинации (центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов). Основные направления развития экотуристской дестинации: развитие туристских маршрутов, расположенных в долине Дона на географической оси Острогожск – Лиски – Бобров – Павловск, создание инфраструктуры культурно-познавательных и экологических, рыболовных маршрутов, в том числе строительство кемпингов; развитие инфраструктуры водных маршрутов; строительство опорных экотуристско-рекреационных комплексов в районе ГУК «Природный, архитектурно-археологический музей-заповедник «Дивногорье» (Селявинское сельское поселение, Лискинский район) и на территории Хреновского сельского поселения (Бобровский район); создание инфраструктуры объектов паломнического туризма; музеефикация архитектурного наследия исторических городов (Острогожск, Павловск, Бобров), разработка инновационного культурно-социального проекта по развитию культурно-познавательного туризма как инструмента развития данных муниципальных образований; координация культурных, научных, спортивных событий и мероприятий.

Кроме того, существуют живописные места отдыха в руслах рек Дон, Богучарка, на озере Песчаное, Хрипунская степь, санаторий Белая горка, Осетровский плацдарм. Основные направления развития: развитие инфраструктуры экологических и рыболовных маршрутов в долине Дона; развитие инфраструктуры водных маршрутов; развитие бальнеологического и рекреационного туризма; музеефици-

кация архитектурного наследия исторического города Богучар, разработка культурно-социального проекта по развитию культурно-познавательного туризма как инструмента развития данного муниципального образования.

Представляет интерес исторический центр г. Борисоглебск, музей под открытым небом г. Борисоглебска «По главной улице», Борисоглебский историко-художественный музей, Хоперский государственный заповедник, исторический центр г. Новохоперск, Теллермановский лес. Основные направления развития: координация культурных, научных, спортивных событий и мероприятий; развитие инфраструктуры культурно-познавательных, экологических и рыболовных маршрутов.

В целом для позиционирования Воронежской области как региона, благоприятного для развития экотуризма, необходимо: формирование и реализация стратегии продвижения экотуристского продукта Воронежской области на региональном, российском и международных рынках; брендинг региональных экологических турпродуктов и региона в целом; продвижение региональных экологических турпродуктов с использованием международной дистрибуции; обеспечение доступности всех видов информации об экологических туристских ресурсах региона; внедрение новых информационных технологий (интернет-маркетинг) в целях создания образа Воронежской области как привлекательной экотуристской дестинации, гостиничного комплекса, в соответствии с международными стандартами; поддержка перспективных научных исследований в сфере экотуризма, содействие их практическому применению; разра-

ботка мероприятий по формированию у подрастающего поколения патриотического, ответственного отношения к своему краю; содействие формированию волонтерских движений и их вовлечение в реализацию социально-культурных проектов, способствующих развитию экотуризма в регионе.

К сдерживающим факторам развития Воронежской экологической туристской дестинации можно отнести: низкий уровень информированности населения и специалистов экологической туриндустрии о Воронежской области как о туристской дестинации; отсутствие в регионе турпродуктов, со-

ответствующих международным стандартам; сезонность большинства внутриобластных маршрутов; доминирование точечных туристских объектов и турпродуктов, отсутствие туров комплексного характера; низкий уровень использования туристского потенциала области; недостаток и низкое качество туристской инфраструктуры и сервиса; недостаток квалифицированных специалистов в сфере оказания туристских услуг; низкий уровень заинтересованности организаций, являющихся объектами посещения (музеи, заповедники, монастыри и т.п.) в развитии как туристских объектов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Зимняя И.А., Бойденко Б.Н., Кривченко Т. *Общая культура человека в системе требований государственного стандарта*. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 1999. С. 12.
2. Реймерс Н.Ф. *Экологизация. Введение в экологическую проблематику*. М.: Изд-во РОУ, 1992. 121 с.
3. *Структура и содержание проектной деятельности* / В.А. Кальней, Т.М. Матвеева, Е.А. Мищенко и др. // *Стандарты и мониторинг в образовании*. 2004. № 4. С. 21–26.
4. Шишов С.Е., Кальней В.А., Гирба Е.Ю. *Мониторинг качества образовательного процесса в школе*. М., 2013.

Н.А. САДИЕВА

**РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА  
В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Рассматриваются современное развитие и перспективы культурного туризма в Азербайджанской Республике. Автор раскрывает особенности развития культурного туризма в республике на основе концепции развития нишевых сегментов в туристских дестинациях Азербайджана.*

*Ключевые слова: развитие туризма, культурный туризм, нишевые сегменты туризма, туристская дестинация.*

*This article reviews the modern development plans and perspectives of cultural tourism in Azerbaijan Republic. The author presents the specifications of development and basic concepts of segmentation in Azerbaijan's tour destinations.*

*Key words: tourism development, cultural tourism, niche tourism segments, tour destination.*

Культурный туризм, как отмечается во многих документах международных и национальных организаций экспертами и специалистами, является символом и индикатором современного развития туризма. Это связано со сложными процессами глобализации, приводящими к уничтожению уникальности и своеобразия культур. Культурный туризм служит идее сохранения разнообразия культур, возрождения культурного наследия, приобщения граждан к всемирному культурному достоянию человечества, разъяснению культурных традиций, трансляции и интерпретации культурной идеи.

Если обратиться к определению культурного туризма, представленному Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) и Международным советом по сохранению памятников и объектов (ИКОМОС), то станет очевидным, что эти международные органи-

зации рассматривают сам культурный туризм как «вид нишевого туризма, небольшой по объему рынка, тщательно организованный, познавательный или образовательный, зачастую элитарного характера, отвечающий изысканным интересам путешественников, посвященный представлению и разъяснению культурной идеи» [4, с. 11]. Исходя из данного определения, можно сделать вывод о том, что в самом определении культурного туризма уже заложена идея «нишевости», неоднородности, диверсифицированности его множественных проявлений в подвидах, дестинациях, мотивациях и профилях культурных туристов.

Как разъясняет Е.В. Мошняга, культурные туристы ориентированы на потребление туристского продукта особого качества. Они ожидают, в частности, что средства размещения в дестинации должны создавать атмосферу места и времени и обеспечивать искомый культурный опыт. Вместо сувениров («туристского арта») культур-

ные туристы предпочитают приобретать изделия народных промыслов и ремесел, стремятся изучить историю их происхождения и увидеть, как их изготавливают настоящие носители «живых культур». В целом культурные туристы настроены на аутентичность культуры и не терпят заурядности [6, с. 213].

Современный культурный туризм постоянно расширяет перечень своих разновидностей, среди которых сегодня различают этнический, этнографический, исторический, археологический, архитектурный, фольклорный, наследный, генеалогический, гастрономический, другие подвиды культурного туризма, отражающие отдельные аспекты и пласты культурных традиций стран и народов. В этой связи Е.В. Мошняга отмечает, что «в начале XXI века “культурный туризм” стал зонтичным термином для широкого перечня близких по природе и характеру видов туризма – исторического, религиозного, паломнического, этнического, этнографического, фольклорного, антропологического, археологического, событийного, художественного, музейного, архитектурного, замкового, дворцового, литературного, музыкального и многих других – вследствие того, что все они объединены общими мотивационными устремлениями путешественников (поиском нового культурного опыта и межкультурных контактов) и общими культурно-историческими ресурсами» [5, с. 174].

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) в своих документах также выделяет так называемые нишевые виды культурного туризма, содержательно описывающие небольшие сегменты рынка культурного туризма. Под ни-

шевыми видами туризма понимаются узкоспециализированные виды путешествий, ориентированные не на массовые рынки спроса и продвигающие не массовые дестинации, а обеспечивающие предложение на микросегментах туристского рынка, которые, однако, могут иметь тенденцию к развитию и расширению.

Современный культурный туризм закрепил за собой статус социально, экологически и этически ответственного и устойчивого туризма. Иными словами, культурный туризм можно считать важнейшим инструментом устойчивого развития дестинаций [6, с. 213]. Концепция устойчивого развития получила распространение благодаря публикации в 1987 г. Доклада Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее» [8]. В этом документе дано концептуальное определение устойчивого развития как развития, которое удовлетворяет потребностям настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности.

В настоящее время «устойчивое развитие» и «устойчивый туризм» рассматриваются в контексте регионального развития, сохранения экосистем и культурных сообществ, находят отражение в государственных концепциях и стратегиях развития, программных документах и материалах международных организаций [7, с. 337].

Продвигая устойчивый туризм, туристские администрации реализуют три важнейших принципа туристского развития: 1) качество (так как устойчивый туризм предоставляет качественный опыт для посетителей, улучшает качество жизни принимающего сообщества, защищает качество окружающей среды); 2) непрерывность

(так как устойчивый туризм обеспечивает непрерывность природных ресурсов, на которых он базируется, и непрерывность культуры принимающего сообщества, предоставляющей туристам искомый культурный опыт); 3) равновесие (так как устойчивый туризм уравнивает потребности туристской индустрии, защитников окружающей среды и местного сообщества) [2, с. 232].

Территория Азербайджанской Республики располагает богатыми и разнообразными культурными ресурсами, которые могут составить основу для формирования концепции развития нишевых сегментов культурного туризма применительно к дестинациям Азербайджана. Это могут быть и дестинации, через которые пройдут транснациональные маршруты, аналогичные маршруту «Великий шелковый путь». Туристские дестинации современного Азербайджана недостаточно хорошо известны на рынке международного культурного туризма. Однако ситуация меняется, в том числе и потому, что государство проводит активную туристскую политику. Азербайджан – активный участник международных событий ЮНВТО, он представлен тремя ассоциированными членами – Азербайджанской туристской ассоциацией, Азербайджанским институтом туризма и Бакинским туристско-информационным центром. Азербайджан участвовал в разработке концепции «Великого шелкового пути», проводятся исследования по культурному туризму, результаты которых, в частности, нашли отражение в материалах проводившейся Азербайджаном международной конференции «Вкус Великого шелкового пути: кулинария, культура и туризм»

(Баку, 6–7 сентября 2012 г.) [1, с. 10]. Государственная туристская политика направлена на полноценное включение Азербайджана в мировое туристское пространство.

Министерство культуры и туризма Азербайджана отмечает, что в республике традиционно развиваются такие виды туризма, как культурный, исторический, гастрономический, при этом расширяются перспективы международного туризма за счет диверсификации туристского предложения на мировом рынке, интеграции региональных и международных инициатив, таких как «Расширенное соглашение по маршрутам культурного туризма» при поддержке Совета Европы, проект ЮНВТО «Великий шелковый путь» и другие [1, с. 16–17]. Свидетельством особого внимания руководства Азербайджана к развитию культурного туризма в дестинациях республики является тот факт, что Президент Азербайджанской Республики Ильхам Алиев объявил 2011 год Годом туризма, в рамках которого состоялись различные культурные события при участии ЮНВТО. Ежегодно в республике проводится около 20 международных ярмарок и выставок, музыкальных фестивалей, форумов и семинаров [9]. В 2012 г. Азербайджанская Республика стала хозяйкой Международного конкурса песни «Евровидение – 2012». Все это свидетельствует о разнообразии возможностей страны в развитии культурного туризма в самых разных нишевых сегментах.

Очевидно, что для более действенного подхода к развитию нишевых сегментов культурного туризма в дестинациях Азербайджана необходим системный и сбалансированный анализ природно-культурных ресурсов

Азербайджанской Республики и разработка концепции развития нишевых сегментов культурного туризма в дестинациях страны, в том числе исследование наличия и состояния природно-культурных ресурсов Азербайджана, выявление степени и качества их использования в разработке туров и программ, определение приоритетных нишевых сегментов культурного туризма в привязке к конкретным дестинациям страны, разработка долгосрочной стратегии развития дестинаций культурного туризма Азербайджана с акцентом на определенных нишевых сегментах.

При активной политике государственной поддержки развития культурного туризма в Азербайджанской Республике разработка концепции развития нишевых сегментов культурного туризма в дестинациях Азербайджана будет способствовать инвентаризации имеющихся природно-культурных ресурсов, послужит средством более широкого продвижения дестинаций куль-

турного туризма, поможет привлечь необходимое для модернизации туристской инфраструктуры и маркетингового продвижения финансирование, а сама концепция ляжет в основу или расширит государственную программу диверсифицированного развития культурного туризма республики.

Развитие нишевых сегментов рынка культурного туризма в дестинациях Азербайджана, на наш взгляд, должно послужить решению задач устойчивого развития республики в соответствии с 12 целями устойчивого туризма, определенными в документе ЮНЕП («Экологическая программа ООН») и ЮНВТО «На пути к более устойчивому туризму» [3]: экономическая жизнеспособность, процветание дестинации, качество занятости, социальное равенство, удовлетворение посетителей, местный контроль, благополучие сообщества, богатство культуры, физическая целостность, биологическое разнообразие, эффективность ресурсов, чистота окружающей среды.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. *Azerbaijan: Candidate for membership in the Executive Council (seat from Europe) of the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) for the period of 2013–2017. Baku: Golden Book, 2013.*
2. *International Tourism: A Global Perspective. Madrid: UNWTO, 1997. 232 p.*
3. *Making tourism more sustainable – a guide for policy makers. Madrid: UNEP-WTO, 2005.*
4. *Tourism at World Heritage Cultural Sites. Madrid: UNWTO: ICOMOS, 2004.*
5. Мошняга Е.В. Концепт «культурный туризм» в системе концептов международного туризма // *Знание, понимание, умение. 2009. № 3. С. 173–178.*
6. Мошняга Е.В. Тенденции развития культурного туризма и межкультурной коммуникации в глобализирующемся мире // *III Международная конференция «Туризм: наука и образование». Проблемы и перспективы развития туризма: сб. материалов научных конференций. 19–21 мая 2009 г., Москва – Химки. Химки: РМАТ, 2009. С. 212–220.*
7. Мошняга Е.В. Устойчивый туризм в глобализирующемся мире: тенденции и перспективы развития // *Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды II Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 20 апреля 2007 г. М.: РИБ «Турист», 2007. С. 337–341.*
8. *Наше общее будущее: доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / под ред. и с послесл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета; пер. с англ. М.: Прогресс, 1989.*
9. URL: <http://www.azerbaijan.travel>

Ю.Ф ПЕДОСЮК

## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДОСТУПНОГО ТУРИЗМА

*Формирование безбарьерной среды для безопасного и комфортного пребывания туристов с ограниченными возможностями в дестинации и проживания местных жителей с ограничениями является приоритетной задачей стран, включенных в мировое туристское пространство. Главное условие безбарьерной среды – универсальный дизайн, распространяемый на всю инфраструктуру сообщества (дороги, транспорт, здания, средства размещения и др.). Доступный туризм предполагает создание условий для безбарьерных путешествий людей с инвалидностью, пожилых, людей больших размеров, семей с маленькими детьми.*

*Ключевые слова: безбарьерная среда, безбарьерный туризм, доступный туризм, доступность, универсальный дизайн, люди с ограниченными возможностями, дестинация.*

*Creation of barrier-free environment for safe and comfortable staying of disabled tourists in the destination and living of local residents with disabilities is a priority task of the countries involved in the global tourism space. The main condition of barrier-free environment is universal design covering the whole infrastructure of the community (roads, transport, buildings, accommodation facilities, etc.). Accessible tourism presupposes creation of conditions for barrier-free travel of disabled people, senior people, large-size people, families with little children.*

*Key words: barrier-free environment, barrier-free tourism, accessible tourism, accessibility, universal design, disabled people, destination.*

Инвалидность и старение населения являются в последнее время темами исследований в контексте изучения современного состояния и развития туризма. Эти характеристики населения оказывают прямое воздействие на спрос и предложение на туристском рынке. Анализ работ последних лет показывает, что безбарьерная среда и доступный туризм – это растущая область туристских исследований и туристской практики. Так же, как и другие сегменты туризма, данный сегмент носит междисциплинарный и многофакторный характер, испытывая в своем развитии влияние географического, демографического, политического,

экономического, социального, психологического, организационного плана, и такие науки, как менеджмент, психология, социальная психология, медицина, архитектура, инженерное дело, культурология постмодернизма, участвуют в исследовании и решении проблем доступного (или безбарьерного) туризма.

Проблема создания безбарьерной среды касается сегодня всех стран и регионов. Национальный институт старения (США) указывает, что в 2006 г. 500 млн чел. в мире были старше 65 лет, и, по прогнозам, к 2030 г. их число вырастет до 1 млрд чел., т.е. 1 из 8 человек на земном шаре будет старше 65 лет [4, с. 5]. Подобная ситуация сложилась во всех развитых западных стра-

нах мира, а в азиатских странах старение населения происходит более высокими темпами.

ЮНВТО приводит близкую статистику: в 2009 г. число людей старше 60 лет составило более 730 млн человек, или 10% всего населения Земли, и возросло с 2000 г. более чем на 20%. К 2050 г. число людей старше 60 лет будет составлять 20% мирового населения, из которых одна пятая часть будет иметь возраст старше 80 лет [8].

По данным Всемирной организации здравоохранения (2011 г.), в мире насчитывается около 1 млрд инвалидов, имеющих физические или умственные ограничения. Это около 15% населения мира [8].

Имеется прямая зависимость между старением населения и уровнем инвалидности. Так, статистические данные по Австралии показывают, что в возрасте 65 лет человек в 14 раз вероятнее будет иметь инвалидность, нежели в возрасте 4 лет [4, с. 6].

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) выпустила в 2007 г. программный документ под названием «Global Age-friendly Cities: A Global Guide» («Глобальные города для пожилых людей: глобальное руководство»). Этот документ содержит рекомендации для планировщиков городов всего мира с позиции создания безбарьерной среды для пожилых людей. Сегодня ВОЗ создала целую глобальную сеть городов и сообществ с благоприятными условиями для пожилых людей (GNAFCC) [6]. Отмечается, что все больше городов и сообществ во всем мире стремятся к лучшему удовлетворению потребностей своих пожилых граждан. Глобальная сеть была создана в целях содействия обмену опытом и знаниями между городами и сооб-

ществами во всем мире. К Сети может присоединиться любой город и любое сообщество, приверженные идее создания безбарьерной среды для пожилых людей в самом разном культурном и социально-экономическом контексте.

Всех членов Сети объединяет общее желание и решимость создать физическую и социальную городскую окружающую среду, способствующую здоровому и активному старению и хорошему качеству жизни для пожилых жителей. В рамках Сети ВОЗ обеспечивает глобальную платформу для обмена информацией и взаимной поддержки путем обмена опытом. Кроме того, ВОЗ способствует формированию знаний о том, как оценивать благоприятные условия для пожилых людей в том или ином городе или сообществе, как учитывать аспекты старения при городском планировании и как создавать благоприятную для пожилых людей городскую окружающую среду [6].

Еще один важный документ, способствующий развитию безбарьерной среды в городах мира, – это документ ООН «Цели развития тысячелетия» (Millennium Development Goals), принятый в 2009 г. «Цели развития тысячелетия» – это восемь международных целей развития, которые 193 государства-члена ООН и по меньшей мере 23 международные организации договорились достичь к 2015 г. [7]. В данном документе отмечается, что ни один город мира не может быть спланирован для устойчивого будущего развития, если не будет включать все элементы доступности. К таким элементам относят доступность образования, трудовой занятости, жилья и самостоятельной (независимой) жизни, окружающей среды, досуга и рекреации, технологий и коммуникации.

Инвалидность (или ограниченные возможности) – это социальный конструкт, который имеет разный статус в разных культурах и на разных этапах развития общества. Аналогичным образом феномен доступного туризма имеет социальную природу, но конкретные продукты и услуги зависят от индивидуальных потребностей путешественников.

Туристы с ограниченными возможностями имеют разнообразные туристские мотивации, стремление к разному туристскому и культурному опыту, а также разный уровень требований к их (туристов) поддержке во время путешествия со стороны туристической индустрии. Другими словами, туристы данной категории не являются гомогенной группой, что важно учитывать в планировании развития доступного туризма и безбарьерной среды дестинации в целом. Концептологи туризма – менеджеры должны понимать, какие сегменты туристского рынка с точки зрения целей и ожиданий существуют в этом виде туризма.

Относительно поддержки развития доступного туризма Генеральная ассамблея Всемирной туристской организации (ЮНВТО) приняла Резолюцию «Создание возможностей для туризма людям с ограниченными возможностями в девяностые годы» (Creating Tourism Opportunities for Handicapped People in the Nineties) еще в 1991 г. На базе данной Резолюции был разработан документ «Туризм, доступный для всех», принятый ГА ЮНВТО в 2005 г. в Дакаре (Сенегал). В Декларации по упрощению туристских путешествий, принятой на XVIII сессии Генеральной ассамблеи в Астане, ЮНВТО призывает государства-члены сделать свои туристские объекты и учреждения до-

ступными для людей с ограниченными физическими возможностями [1]. На XX сессии ГА ЮНВТО в 2013 г. было принято обновление рекомендаций ГА ЮНВТО 2005 г. «Туризм, доступный для всех», учитывающее положения Конвенции о правах инвалидов ООН 2007 г. В этом же документе содержится определение «доступности», сделанное Генеральным секретарем ЮНВТО Талебом Рифаи: «Доступность – это центральный элемент любой ответственной и устойчивой туристской политики. Это и императив прав человека, и исключительная деловая возможность. Кроме того, мы должны ценить тот факт, что доступный туризм приносит блага не только инвалидам или лицам, имеющим особые потребности; он приносит блага всем нам» [8].

Доступность туризма означает универсальную возможность людей путешествовать и пользоваться услугами туристической индустрии без каких-либо ограничений. Доступный (accessible) туризм также называют безбарьерным (barrier-free), подразумевающим наличие (или создание) безбарьерной среды как для туристов, так и для местных жителей территории, развивающейся как туристская дестинация. Сегодня закрепилось несколько названий данного вида туризма: «туризм лиц с ограниченными возможностями», «туризм лиц четвертого возраста», «универсальный туризм», «безбарьерный туризм» и «доступный туризм».

Несомненно, создание безбарьерной среды – залог устойчивого развития туристских дестинаций, а также условие безопасности территории для туристов и местных жителей.

Для людей с ограниченными возможностями доступный туризм – это не только возможность рекреации и

проведения досуга, но и средство реабилитации. Исследователи объясняют это тем, что, во-первых, это двигательная активность, и посредством туризма осуществляется поддержание физической формы и здоровья; во-вторых, туризм создает среду для полноценного общения, устраняет чувство потери достоинства, неполноценности, интегрирует пожилых людей и инвалидов в общество; в-третьих, туризм помогает восстановить психические ресурсы человека, так как благоприятный климат и красивая природа способствуют положительному психоэмоциональному настрою [2, с. 85]. Главным условием создания безбарьерной среды является универсальный дизайн, т.е. дизайн продуктов и среды, которые могут быть использованы людьми в наивысшей степени без необходимости адаптации и специального дизайна. Цель универсального дизайна – облегчить жизнь каждому за счет создания продуктов, коммуникаций и среды, используемой большим количеством людей всех возрастов, размеров и способностей.

Семь принципов универсального дизайна включают: 1) справедливость использования; 2) гибкость использования; 3) простоту и интуитивность использования; 4) заметность, различимость и воспринимаемость информации; 5) терпимость к ошибкам; 6) небольшое физическое усилие; 7) размер и пространство для доступа и использования (Центр универсального дизайна, 2009) [4, с. 8–9]. Перечисленные принципы показывают, что главным в дизайне должна быть доступность. Очевидно, что туристским destinations следует принять их как основу для достижения большей социальной устойчивости. Этот подход не только ставит туристской индустрии destinations в бо-

лее адекватную, эффективную и действенную позицию, но и гармонизирует туристскую индустрию с Целями тысячелетия ООН.

Принцип доступности распространяется на следующие компоненты и аспекты туризма:

- здания и сооружения, особенно средства транспорта и транспортной инфраструктуры (аэропорты, вокзалы), размещения (гостиницы) и достопримечательности (музеи, галереи, театры), которые должны соответствовать принципу универсального дизайна с тем, чтобы быть доступными для людей независимо от возраста, физического состояния и возможностей (наличие пандусов, широких дверных проемов, лифтов и подъемников, нажимных (а не поворотных) дверных ручек, понятных и четко видимых указателей и пиктограмм);

- destinations, которые должны быть доступны с точки зрения территориальной, временной и финансовой доступности, при этом, как отмечают эксперты, совершенствование инфраструктуры (например, строительство дорог) не во всех случаях может быть полезным, так как может превратить destination с проживанием (ночевкой) в экскурсионную destination (без необходимости размещения на ночлег), что неизбежно приведет к потере бизнеса местными средствами размещения и в целом к изменению образа destination;

- сами путешествия с точки зрения того, что право путешествовать должно стать универсальным правом человека независимо от физических или социальных условий и возможностей (социальный туризм, туризм третьего возраста, туризм четвертого возраста) [3, с. 24].

Создание безбарьерной среды касается прежде всего больших городов-мегаполисов. Мегаполисы как туристские дестинации более продуктивны, развиваясь как центры массового потребления, развлечений и досуга. Они располагают большими и разнообразными ресурсами для развития самых разных видов туризма: городскими пейзажами и ландшафтами, городским дизайном, национальной культурой, архитектурой, скульптурой, искусством, музыкой, театрами, событиями, особой атмосферой и духом и т.п. Менеджмент мегаполисов, их планирование и развитие отличаются от управления небольшими городами, в том числе с точки зрения доступного туризма. Большие города стали привлекательны широкому рынку потребителей: благодаря развитию транспортной инфраструктуры до них легко добраться, они предлагают широкие возможности, отвечающие разным вкусам, интересам и потребностям гостей.

Как указывают отечественные эксперты, в Российской Федерации сегодня проживают 13 млн инвалидов. Примерно половина людей с ограниченными возможностями – это молодые люди в возрасте до 40 лет. Они занимают активную жизненную позицию, осваивают новые профессии [2, с. 85]. Таким образом, эти молодые люди могли бы получить дополнительные условия для полноценной жизни и отдыха, путешествий и туризма, если бы в России была создана безбарьерная среда и по-

лучило поддержку развитие доступного туризма. Следует признать, что работа в этом направлении ведется. Создание безбарьерной среды входит в планы развития Москвы. А Сочи стал первым в России городом безбарьерной среды.

Италия – одна из стран-лидеров по созданию безбарьерной среды. Миланский аэропорт одним из первых создал инфраструктуру для пассажиров с ограниченными возможностями. Улицы, музеи, магазины, транспорт, университеты отвечают требованиям универсальной доступности. Миланский университет Бикокка, в котором обучаются 30 тыс. студентов, сам является моделью безбарьерной среды.

Зарубежные исследователи подчеркивают, что доступный туризм – это форма туризма, которая включает процессы сотрудничества между заинтересованными лицами, обеспечивающие людям выполнение требований доступности, включая мобильность и визуальные, слуховые, когнитивные измерения доступности, для того чтобы функционировать независимо, а также равноправно и с достоинством за счет получения универсально спроектированных турпродуктов, услуг и среды. Этот подход касается всей жизни человека и включает людей с постоянной или временной инвалидностью, пожилых людей, людей больших размеров, семьи с маленькими детьми и тех, кто прибыл из более безопасных и более социально устойчивых регионов [5, с. 10–11].

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Бавельский А.Д., Зорин И.В., Сесёлкин А.И. Доступная среда как фактор развития и безопасности безбарьерного туризма. URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=480> (дата обращения: 14.04.2014).

2. Бавельский А.Д., Зорина Г.И., Ручин А.А. Безбарьерный туризм в Москве: учебно-метод. пособие. М.: Логос, 2011.

3. Мошняга Е.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. № 3 (9). С. 22–33.

4. Buhalis D., Darcy S. (Eds.) *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications, 2010. 305 p.

5. Buhalis D., Darcy S. (Eds.) *Best Practice in Accessible Tourism*. Bristol: Channel View Publications, 2012. 347 p.

6. URL: [http://www.who.int/ageing/projects/age\\_friendly\\_cities\\_network/ru/](http://www.who.int/ageing/projects/age_friendly_cities_network/ru/) (дата

обращения: 14.04.2014).

7. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Цели\\_развития\\_тысячелетия](http://ru.wikipedia.org/wiki/Цели_развития_тысячелетия) (дата обращения: 14.04.2014).

8. URL: [http://dtxqt4w60xqrw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/a20\\_10\\_activities\\_wcte\\_election\\_members\\_new\\_wcte\\_part\\_ii\\_ru.pdf](http://dtxqt4w60xqrw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/a20_10_activities_wcte_election_members_new_wcte_part_ii_ru.pdf) (дата обращения: 14.04.2014).

УДК 338.4-6:615.8

В.А. СИКОРСКАЯ

## РАЗВИТИЕ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*В развитии лечебно-оздоровительного туризма во всем мире отмечены тенденции роста и диверсификации. Выделились сегменты лечебного, клинического, медицинского, оздоровительного, термального, спа-, wellness-туризма и др. Отвечая на растущий диверсифицированный спрос, меняются дестинации лечебно-оздоровительного и курортного туризма, расширяя и переориентируя свои услуги на новые сегменты потребителей.*

*Ключевые слова:* лечебно-оздоровительный туризм, медицинский туризм, спа-, wellness-туризм, диверсификация, курортная дестинация.

*In the development of global health tourism trends of growth and diversification are registered. Such segments of health tourism have been sorted out: healing, clinical, medical, recuperation, thermal, spa-tourism, well-tourism and others. Responding to the growing diversified demand, destinations of health and resort tourism are changing, expanding and retargeting their services at new segments of consumers.*

*Key words:* health tourism, medical tourism, spa-tourism, wellness-tourism, diversification, resort destination.

В условиях стремительного развития мирового туризма происходит не только существенный рост туристских потоков, но и заметное расширение количества туристских дестинаций, видов туризма, профилей туристов, что отражает продолжающуюся сегментацию туристского рынка. В этих процессах проявляется растущая диверсификация туристского спроса и отве-

чающая ему диверсификация туристского предложения. Одни дестинации становятся многопрофильными, другие переориентируют свой продукт на новые целевые рынки, третьи возрождают утраченные бренды. Данные процессы в полной мере охватывают и курортные дестинации всего мира.

В современном глобальном туристском пространстве курортные дестинации отличаются огромным разнообразием и спецификой своего исто-

рического развития, специализацией по видам и формам лечебно-оздоровительного туризма, типам и технологиям обслуживания, целевыми рынками, масштабами охвата целевых аудиторий, тенденциями развития.

Лечебно-оздоровительный туризм как сегмент туристского рынка занимает относительно небольшую долю в общемировом туристском потоке, однако привести точные статистические данные не представляется возможным. Это связано с наличием большого количества подвидов и форм лечебно-оздоровительного туризма в различных странах и регионах мира, по многим из которых не ведется статистика в связи с их национально-обусловленной спецификой, а также в связи с отсутствием специальных исследований по национально-специфическим видам лечебного и оздоровительного обслуживания. Так, статистика по санаторно-курортному обслуживанию в Российской Федерации ведется лишь в пределах России, и даже само понятие «курорт» имеет разные толкования в разных культурах и туристских индустриях, а «санаторий» и как объект инфраструктуры, и как понятие не имеет аналогов в других культурах и индустриях. Все это, с одной стороны, осложняет исследование и решение проблем менеджмента курортных дестинаций, а с другой, указывает на злободневность научно-исследовательских проектов и работ в сфере курортной деятельности и лечебно-оздоровительного туризма.

Вопросам устойчивого развития курортных дестинаций и лечебно-оздоровительного туризма сегодня посвящают все больше исследований специалисты и эксперты многих стран мира, что вызвано как многообразны-

ми возможностями, создаваемыми современными условиями развития туристского рынка, так и возникающими проблемами современного менеджмента городов-курортов. Однако эксперты всего мира отмечают, что рост лечебно-оздоровительного туризма сегодня так стремителен, что появляющиеся публикации по проблемам его развития не успевают за темпами его многообразного роста [6].

На протяжении всей истории туризма люди путешествовали с оздоровительными целями. Точное время зарождения оздоровительного туризма неизвестно из-за отсутствия письменных свидетельств. Однако исследователи сходятся во мнении, что «оздоровительный туризм так же древен, как древняя история, и так же современен, как будущее» [1, с. 7]. Лечебно-оздоровительный туризм – это одновременно и традиционная, исторически сложившаяся практика, определяющая цель путешествия, и современная индустрия мировых масштабов. Она располагает широкими возможностями и услугами, привнесенными новыми технологиями в результате медицинского прогресса и развития социальных средств связи.

Современный лечебно-оздоровительный туризм имеет целью поддержание или улучшение состояния здоровья и ориентирован на дестинации и объекты, специализирующиеся на предоставлении лечебно-оздоровительных услуг: морские климатические курорты, бальнеологические или бальнеоклиматические курорты, термальные курорты на тепловодных озерах, санатории и лечебницы на минеральных водах и грязях, термальных источниках, горноклиматические и горнолыжные курорты.

Специалисты ЮНВТО выделяют три основные формы лечебно-оздоровительного туризма:

1) лечение, или медицинский туризм (поездки в конкретные клиники или к конкретным специалистам для получения специализированного лечения или того качества лечения, которое недоступно на территории проживания туриста);

2) оздоровление (*fitness & wellness* или *spa & wellness*; поездки на специализированные объекты, такие как грязе- или водолечебница, клиника по снижению веса, косметологическая клиника, здравница по поддержанию физической формы и красоты);

3) реабилитация и восстановление (поездки в дестинации или на объекты, предлагающие особый уход, или которые находятся в районах, считающихся особо благоприятными для здоровья или выздоровления) [4, с. 123–124].

Лечебно-оздоровительный туризм становится все более диверсифицированным, отражая нишевую сегментацию этого вида путешествий.

В последнее десятилетие медицинский туризм стал новым быстро растущим сегментом этого вида туризма и большим бизнесом, охватывающим миллионы путешественников ежегодно [6, с. xv]. Когда-то это был нишевой туризм, теперь он становится массовым [2]. Для многих стран медицинский туризм – это стремительно растущая глобальная индустрия с огромными доходами и с привлечением все большего количества специалистов разных медицинских профилей. Все это отражает растущий спрос на медицинские услуги широчайшего ассортимента.

Отчетливой тенденцией лечебно-оздоровительного туризма является

его диверсификация, отражающая диверсификацию спроса путешественников и соответствующую сегментацию рынка предложения лечебно-оздоровительных услуг. Сегментированный подход к данному виду туризма раскрывает закрепление и развитие таких сегментов, как «лечебный», «клинический», «медицинский», «оздоровительный», «термальный», «спа-туризм», «wellness-туризм» и др. В рамках национальных индустрий туризма могут применяться и национально-специфические термины, описывающие национальные сегменты лечебно-оздоровительного туризма, например «санаторно-курортное» обслуживание в России.

Современные туристы, имеющие лечебно-оздоровительные цели, посещают те же дестинации и во многом по тем же причинам, что и в течение многих веков. Примерами могут быть спа-центры Средиземноморья, посещаемые в целях релаксации и восстановления физических и душевных сил, древнеиндийская аюрведа (*Ayurveda*), традиционное лечение в Индии, паломничество в г. Лурд во Франции в поисках чудотворного исцеления [6, с. xv].

Однако современные технологии и тенденции развития туризма, включая диверсификацию спроса и моделей туристского потребления, привнесли в индустрию лечебно-оздоровительного туризма новые дестинации, опции и проблемы. Туристы, посещающие средиземноморские курорты, теперь отправляются в турецкие больницы, оснащенные последними медицинскими технологиями, для получения лечения. В Индию сегодня туристы направляются для высокотехнологичной сердечной хирургии. Во Франции создана система оздоровления с рейтингом № 1

в мире, по данным ВОЗ (2011 г.), и туристский спрос на услуги французских клиник в мире растет.

Заметной тенденцией развития лечебно-оздоровительного туризма является присоединение все большего числа стран и территорий к списку дестинаций лечебно-оздоровительного туризма. Так, Китай стал одной из дестинаций экспериментальной терапии стволовыми клетками. Всемирно известные клиники фертильности (лечения бесплодия и ЭКО-процедур) привлекают туристов в Израиле и Барбадосе. В Южной Африке вместе с сафари растет репутация косметической хирургии. Даже круизная индустрия дополняет свои услуги на борту медицинским туризмом [5].

К факторам развития и роста лечебно-оздоровительного туризма следует отнести следующие:

1) возрастная демография: стареющее население во многих богатых странах по всему миру увеличило спрос на оздоровительные услуги. Более старшие по возрасту туристы находят в туристских дестинациях лечебно-оздоровительного туризма варианты лечения без листов ожидания и более низкие расценки за аналогичные услуги по лечению хронических заболеваний;

2) растущий акцент на «культуре молодости»: в западных странах (особенно в США) сформирована культура «молодости», т.е. концепция и идеология, что в любом возрасте необходимо выглядеть и быть молодым и здоровым, всем своим видом излучать физическое здоровье, красоту, силу, выносливость, подтянутость. Это проявляется в стремлении людей отсрочить старение организма и внешности и становится важной статьёй расходов, на которую люди планируют затраты из

своих свободных доходов наравне с затратами на отдых, приобретение недвижимости или предметов роскоши. Современные туристы ожидают от лечебно-оздоровительного туризма позитивных изменений и заказывают косметические процедуры и другие омолаживающие терапии;

3) стоимость лечебно-оздоровительных услуг (важный фактор медицинского туризма): экономия средств для тех, кто не имеет медицинского страхования в своей стране, ограниченное страхование или большие отчисления на медицинское обслуживание. За меньшие деньги такие туристы могут получить более внимательное обслуживание, чем дома, включая хорошо оборудованные средства размещения для себя и сопровождающих их лиц;

4) большее внимание к медицинскому туризму со стороны СМИ: потенциальные клиенты сегодня хорошо информированы о возможностях лечебно-оздоровительного (медицинского) туризма. Например, в 1990 г. не было ни одного сообщения о медицинском туризме в англоязычных СМИ, восемь сообщений – в 1992 г., а в 2007 г. уже было более 2 300 таких сообщений [1]. В Интернете Google выдал 1 100 000 результатов с термином «медицинский туризм» 29 июля 2007 г. Через 2 месяца это количество увеличилось до 300 000 000. К середине января 2012 г. – 7 370 000 результатов [3, с. 33];

5) большая доступность туризма: снижение авиатарифов во всем мире, включая выход на рынок авиакомпаний-дискаунтеров, сделали туризм доступным массовым путешественникам, в том числе «медицинским» туристам. Сегодня сложилась ситуация, когда ре-

альностью стала большая информированность людей о возможностях в сфере лечебно-оздоровительных услуг, и больше людей имеют желание и возможность путешествовать.

Значимой тенденцией в развитии лечебно-оздоровительного туризма становится более действенное влияние данного вида туризма на экономику дестинации, подъем уровня медицинского обслуживания и здравоохранения в целом, что означает повышение качества жизни местных жителей принимающих туристов сообществ. Туристы получают медицинское обслуживание высокого качества по разумной цене, и потраченные ими средства подпитывают другие секторы туризма, сферу медицинского обслуживания, а также местные экономики и могут улучшить государственное здравоохранение в странах, являющихся туристскими дестинациями.

В современном лечебно-оздоровительном туризме существует и ряд проблем, в частности: ответственность врача, надежность услуги, медицинская тайна, финансовая ответственность, безопасность (в некоторых странах медицинские услуги носят экспериментальный характер или даже опасны и запрещены). Серьезной проблемой является тот факт, что в мире, где здоровье все больше рассматривается как товар, туристы покупают незаконные медицинские товары (например, органы для трансплантации).

Яркой тенденцией в развитии лечебно-оздоровительного туризма является стремительный рост такого сегмента, как спа-туризм. Эксперты отмечают, что он не только служит профилактике заболеваний или лечению хронических недугов, но и способствует гармонии и устойчивости человека.

Ожидания туристов в спа-туризме можно классифицировать следующим образом: 1) время, проведенное в мирном и спокойном окружении; 2) релаксация и расслабление в комфорте и качестве; 3) преимущества для личного здоровья и хорошего самочувствия от «вод»; 4) чувство безопасности и заботы; 5) профессиональный и квалифицированный персонал; 6) соответствие цены качеству [1, с. 3].

Спа- и wellness-туризм основываются на использовании горячих и минеральных источников дестинаций. Лечебные свойства горячих источников в Европе после Римской империи использовались в Средние века (900–1400 гг.). Считалось, что они обладают целебной силой. Во Франции и Германии, а также во многих странах Центральной и Восточной Европы (например, в Чехии и Венгрии) лечебно-оздоровительный туризм стал более лечебным за счет спа-терапии и термализации. «Термализм» как природно-ресурсная методика оздоровления и лечения населения нашел свое место в общей структуре здравоохранения этих стран. Французская спа-система, основанная на горячих и минеральных источниках, уникальна по мировым масштабам. Во Франции большинство медицинских спа-процедур включены в национальную систему здравоохранения. То же относится и к некоторым другим европейским странам, особенно Германии и странам бывшего Советского Союза [1, с. 7].

Wellness-туризм, как определяет его Исследовательский институт досуга и туризма Бернского университета (г. Берн, Швейцария), – это комплекс всех отношений и явлений, являющийся результатом путешествия

и проживания людей, чья главная мотивация – сохранить или улучшить здоровье. Специализированные отели обеспечивают соответствующее профессиональное ноу-хау и индивидуальный уход, обычно предоставляемые через комплексный пакет услуг, включающий элементы физического фитнеса/красоты, здорового питания/диеты, релаксации/медитации и духовной деятельности/образования. Кроме того, wellness-туризм также определяют как «образ жизни, ориентированный на оптимальное здоровье и самочувствие, при котором тело, ум и дух интегрированы индивидом для того, чтобы жить более полной жизнью в человеческом и природном сообществе» [1, с. 8].

Услуги спа- и wellness-туризма, предоставляемые оздоровительными центрами и центрами красоты, включают: 1) термальные ванны с широким перечнем методов, в том числе с использованием бальнеологии и гидротерапии; 2) процедуры для красоты лица и тела; 3) массажи; 4) альтернативную терапию для релаксации; 5) специфическое лечение, включая похудение; 6) ароматерапию и другие новые процедуры [1, с. 8–9].

Термальные и минеральные источники используют:

- традиционные клиники для лечения или водолечения;
- курорты на горячих источниках с медицинскими, а также досуговыми и wellness-возможностями;
- современные аквапарки, использующие воду минеральных источников для привлечения семей, а также индивидов, местных и иностранных;
- процедуры для здоровых и не очень здоровых посетителей.

Италия – признанный мировой лидер на рынке спа-туризма. Город

Сальсомаджоре-Терме, расположенный в 35 км к западу от Пармы, известен своими термальными источниками с хлоридно-натриевыми (с содержанием брома и йода) водами. О минеральных источниках Сальсомаджоре знали еще римляне и кельты. Первоначально их использовали в Древнем Риме для солеварения, а с лечебными целями рассолы минеральных вод начали применять с 1840 г. Это связано с тем историческим фактом, что целебные свойства данных термальных вод были открыты в 1839 г. медиком Лоренцо Берццери. Он сравнил характеристики морской воды и местной термальной, которая по некоторым показателям даже превосходила морскую воду, и прописывал своим пациентам минеральные ванны при лечении многих заболеваний. Именно с того времени и началось развитие бальнеологического курорта, что повлекло за собой строительство гостиниц, термальных павильонов, лечебниц и другой инфраструктуры.

Сегодня Сальсомаджоре – известный термальный курорт. Его природный лечебный потенциал включает 21 источник хлоридно-натриевых субтермальных (температура 16–20°C) сверхвысоких минерализованных хлоридно-натриевых йодобромных вод (рассолов), выходящих из артезианских скважин глубиной до 1000 м, которые получили название сальсо-йодных (ит. *salso* – соли), откуда и произошло название курорта.

Воды Сальсомаджоре применяют для ванн, орошений и ингаляций при заболеваниях периферической и центральной нервной системы, суставов, дыхания, гинекологических заболеваниях и других болезнях. Минеральную воду также разливают в бутылки и ис-

пользуют для ингаляций и орошений. Гидротермальную грязь используют преимущественно у пациентов с заболеваниями женских и мужских половых органов.

За полтора века Сальсомаджоре-Терме превратился в один из известнейших бальнеогрязелечебных курортов международного значения. Он от-

крыт для лечения и отдыха круглый год, элегантен и современный, с отелями высшей категории, каждый из которых имеет термальный бассейн, сад или парк, с центрами красоты и здоровья, где посетители могут пройти эффективный курс лечения, отдохнуть и одновременно получить уникальные оздоровительные процедуры [7].

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Erfurt-Cooper P., Cooper M. *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*. NY: Channel View Publications, 2009.

2. HAN Team. *Medical Tourism and Global Healthcare: Where Are You Going?* Health WorldNet Inc., May 11, 2009. URL: <http://health-worldnet.com/articles/heads-or-tails/medical-tourism-and-global-healthcare-where-are-you-going.html> (дата обращения: 14.04.2014).

3. Horowitz M.D., Rosenzweig J.A., Jones Ch.A. *Medical Tourism: Globalization of the Healthcare Marketplace* // *Medscape General Medicine*, 2007. № 9 (4): 33. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2234298/>

4. *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: WTO, 1997.

5. Lambier C. *Smooth Sailing: Cruise Lines and Medical Tourism Magazine*. December 7, 2010. URL: <http://www.Medicaltourismmag.com/article/Smooth-Sailing-cruise-lines-and-medical-tourism-a-budding-relationship.html> (дата обращения: 14.04.2014).

6. Stolley K. S., Watson S. *Medical Tourism: A Reference Book*. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, 2012.

7. URL: <http://www.eurolab.ua/tourism/117/1593/> (дата обращения: 14.04.2014).

МАЗАЛА РОБЕРТА

## ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ ТЕМАТИЧЕСКОГО ПАРКА В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ

*Рассматривается процесс открытия тематического парка в Московской области. Автор указывает, что Московская область является идеальным местом для создания тематического парка, так как здесь проживает 1/10 часть населения Российской Федерации и производится 1/3 ВВП. Такой тематический парк может существенно дифференцировать и улучшить туристское предложение на рынке.*

*Ключевые слова: туристская дестинация, тематический парк, внутренний туризм.*

*This article reviews the process of opening a theme park in Moscow Region. The author points that Moscow Region is an ideal area to construct a theme park as 1/10 of total population of Russian Federation is located in this region and 1/3 of national GDP is produced there. The author also gives several key positions indicating economical benefits of creating such park to severely diversify current tourist products on local market.*

*Key words: tourist destination, theme park, domestic tourism.*

The Russian Federation has been one of the BRIC countries (Brazil, Russia, India, China) since 2001, when this acronym was invented to refer to those developing countries that registered in the previous years a high growth rate in terms of GDP and of their world trade share. Starting with 2011 when the BRIC group was joined by South Africa, it is known under the acronym BRICS. In fact, BRICS countries are characterized by a positive balance of trade that has been constantly growing over the recent years.

In this perspective, one cannot ignore the amazing progress and development that in the past two decades have brought Russia towards democracy and market economy, including the country in the spotlight of global economy together with the other BRICS countries.

The leading sector of Russia's economy is the one of raw materials, which revolves around export of gas and oil.

However, the productivity of the above mentioned sector has led the past governments to ignore the potential of the tourism industry that in the rest of the world represents one of the preeminent sectors. In fact, the advantages which such industry can draw to the country have a great potential that the government, at this point, is not willing to set aside. Despite being a developing sector, nowadays tourism industry in Russia appears to have uneven characteristics. Indeed, while outbound tourism flows are strongly developed, inbound and domestic tourism show a lack of steady flows. For this reason, even though the diversity of Russian landscapes, together with the historical and artistic heritage of the nation, make this country a preeminent tourist destination, it is necessary to invest in tourist structures, not yet present in this territory, which are showing great appeal attracting a great amount of tourists and thus becoming leading tourist sectors: amusement industry.

These days recreation and free time is not just a luxury to be enjoyed by a lucky few, rather it is a fundamental need for every individual. Therefore, valorization of areas destined to recreation and amusement, that before were considered superfluous, have become a need with a constant increase in the demand that must be taken into consideration for the growth of economic systems and for the development of employment. In fact, these effects have already had an enormous impact especially in the United States, where the entertainment industry has shown to be one of the principal sectors of the entire economy, and where over 3,000 amusement parks give evidence to their great economic potential [2, p. 6]. Consequently, in the recreational industry a further look needs to be taken over the supply of amusement industry for its economic relevance and for the complexity of its management organization, also because the potential of theme parks as a driving force of the development of a territory are of fundamental importance.

Amusement industry can be divided into:

- Theme parks;
- Water parks;
- Amusement parks;
- Sport events.

These complex structures are usually organized in tourist districts, where the term «park» is used because their characteristic is that they are closed, restricted areas, where people can go inside through specific guarded entrances, provided they have a pass or a ticket that allows access to all attractions inside the park.

A tourist district is a defined territory where hospitality, food and beverage, commercial, fun, recreational or wellness activities are supplied, and possibly completed with sporting (pool, tennis, bas-

ketball, volleyball, etc.), golfing and/or seaport infrastructures. Therefore, such district constitutes a tourist area where tourists can carry out many activities and enjoy a large number of services that otherwise would not be offered all together, if not in tourist town centers. Given that, the main idea of such district is to create an area where all the services that a tourist may need and wish during his holiday experience are provided, taking into account the type of tourist experience (mountain, sea, amusement).

Consequently, many activities are planned in advance when realizing a tourist district, the main are as follows:

- Hospitality (hotels, residences, tourist hotel residences, camping areas, trailer parks, bed & breakfast, etc.);
- Food and beverage;
- Commercial;
- Amusement;
- Sports;
- Wellness.

Therefore, hospitality activities must be organized in order to take care of different types of demands which would be requested by the great number of various tourists that would stay in the district. Thus, it is important to provide hotels, residences or tourist hotel residences different in size and category and provide also for tourist homes and mansions. Also, food and beverage services must offer a vast choice of restaurants (located in and outside hotels), pizzerias, cafeterias, coffee bars, pubs, etc. Along with, all accessory services such as commercial, amusement, sports, wellness, must be well organized in the project planning phase in order not to disturb the other tourist activities.

As a result of this, every tourist district is provided with the infrastructures and services that characterize that type

of tourism: a marine district will have its tourist seaport, while a mountain district will have all the skiing facilities needed.

Therefore, an amusement district consists of all the activities that allow the tourist to have fun, to relax, to get away from the every-day routine thanks to recreational services supplied by outright «towns» where fun and entertainment is offered for children and their families but also for young and not so young tourists.

Theme parks are characterized by a «theme», i.e. one or more subjects that characterize its locations and attractions and represent the inspiring idea around which all the park's structures and activities are built. In particular, the word «theme» defines the concept of the park with three main tasks:

1) characterize the park giving it a clear-cut identity that distinguishes it from its competition making it recognizable from other products and ensuring that tourists will be attracted to it;

2) guarantee consistency in the heterogeneous worlds and attractions;

3) render typical attraction that are quite standardized by nature.

In addition, theme parks usually belong to only one company that plans the structure project, builds the attraction that will differentiate the park from others and hires personnel. The theme adopted by the park will be the linking idea of the whole location (future cinema, from fairy tale's world to comic books, etc), because the aim is to offer to the visitors a series of high quality attractions, but also take them away from everyday reality and allow them to explore faraway worlds, imagined through the pages of books or through movies. Besides, theme parks as fantasy environments are a perfect example of the totalization of public space [1, p. 3].

Another point to be considered is that this is a really ambitious project which requires extensive organizational and creative abilities and a great amount of assets, also explaining why theme parks of success are owned by major corporations of the entertainment industry. Furthermore, from an urban point of view, in such parks there is a combination of various architectural styles and elements of an extremely heterogeneous nature which capture entire ages or nations in a single building creating a bizarre location, a time-space fantasy universe that is itself an attraction. To give some examples, this is obtained through miniaturizations, enlargement, perspective and scenic illusions in order to create wonder and astonishment in the visitor, for which the element of play is essential.

Afterwards, important elements in planning tourist districts are:

- Location;
- Connections: existence of roads, highways, airports, ports, railways, etc;
- Climate: humidity, rainfall, winds, temperature range, etc;
- Degree of knowledge of the location on the market;
- Existing competition of the same tourist industry;
- Urban planning of the area;
- Region of belonging and competition index on the market;
- Position on the collective imaginary and in the operating reality.

Taken into consideration the above factors, Moscow Region would be the perfect candidate for this type of project in view of the fact that in this region is polarized one tenth of the population and is produced one third of the GDP, making it the main hub of the Russian Federation. The suggestion is given on account of the recent trends showing that

new theme parks tend to be set in less isolated places in order to intensify the relations with the surrounding territory, indeed becoming communication hubs of an area which is changed and reorganized in a more complex structure. Moreover, these structures offer a wide range of opportunities and resources which are integrated so as to combine the recreational supply with environmental, cultural and historical resources that are found in the surrounding area in order to become an element of diversification of the already existing demand in continuity with the territory in which they are built.

Therefore, in the entrepreneurial sector the attention is focused on the development of projects of high level structures capable to grant not only quality and originality of the product but also and especially a supporting function to traditional tourist services, in order to value local resources and sustain the tourist economy of the site. Nevertheless, the relationship between the artificial tourist resources and the natural ones is not always easy, thus, it is essential to build relationships with local bodies and entrepreneurial associations so as to better the harmony of the two aspects.

In conclusion, the development of the amusement industry and the planning of a theme park project in Moscow Region would be a great opportunity to differentiate and improve the already diversified tourist supply and to promote a type of tourism which now doesn't have the chance to be taken advantage of by the Russian demand and supply.

\*\*\*

В статье Россия рассматривается как член группы БРИКС (в составе: Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР) – стран, образовавших это объединение

по признаку самых динамично развивающихся экономик мира. Отмечается, что Россия за последние два десятилетия совершила огромный рывок к рыночной экономике и демократии. Развитие туризма также получило новый импульс, хотя в настоящее время отмечается дисбаланс: выездные потоки существенно превышают въездные и внутренние. При том, что туристский образ России связан с разнообразным природным и культурным наследием, необходимы инвестиции в такой слабо представленный в России туристский сектор, как индустрия развлечений, который по опыту многих стран привлекает растущие потоки туристов и занимает лидирующие позиции в индустрии туризма. Отдых и рекреация в наши дни – это не роскошь, доступная меньшинству, а базовая потребность всех, которая должна стать универсальной возможностью. Во всем мире отмечается рост спроса на услуги отдыха и развлечений, которые необходимо учитывать в развитии экономических систем и в структуре занятости страны.

В публикации делается акцент на туристско-рекреационном, культурном и социально-экономическом потенциале тематических парков для развития территорий и формирования туристских дестинаций. Тематические парки обеспечивают посетителям особый туристский и культурный опыт, предоставляя туристам любого возраста условия и возможности для развлечения, отдыха, познания, ухода от повседневной рутины. Тематический парк строится вокруг идеи, концепции и темы. Тема выполняет три основные задачи: придает парку конкретную идентичность как основу его конкурентного отличия на рынке и привлекатель-

ности; гарантирует устойчивость узнаваемости; определяет характер достопримечательностей. Подчеркивается, что тематический парк – это амбициозный проект, требующий обширных организационных и креативных усилий, а также финансовых затрат, однако успешно действующие парки приносят значительный доход, способствуя привлекательности дестинаций, развитию территорий и обеспечению занятости населения.

Московская область – идеальный кандидат на строительство тематического парка, так как здесь проживает 1/10 часть населения России и произ-

водится 1/3 ВВП. Современные тенденции развития мирового туризма показывают, что сегодня тематические парки создаются в менее изолированных местах для интенсификации взаимодействия с окружающей территорией и становятся ее коммуникационными узлами, меняя и реорганизуя ее в более сложную структуру. Создание тематического парка в Московской области могло бы существенно дифференцировать и улучшить туристское предложение на рынке, а также способствовать появлению такого вида туризма, который пока не получил развития в России.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Mitrašinovič M. Total Landscape, Theme Parks, Public Space. Burlington: Ashgate Publishing, Ltd., 2006.*

2. *Samuelson D., Yegoiants W. The American Amusement Park. MBI Publishing Company, 2001.*

**В.М. КОЗЫРЕВ**

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА ДЛЯ АСПИРАНТОВ ПО ИСТОРИИ  
И МЕТОДОЛОГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

---

**ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ СТОИМОСТИ  
И ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ –  
ВАЖНЕЙШИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ**

---

Без солнца не было бы ни дня, ни ночи.  
Без труда не было бы ни богатства, ни самой жизни.  
*Гераклит*

Нет ничего более царственного, чем труд.  
*Александр Македонский*

Все дается только труду, таков закон истории.  
*Д.И. Менделеев*

Когда мы перестаем трудиться – мы перестаем жить.  
*Б. Шоу*

Нуждаться и получить хотя бы необходимое есть  
приближение к счастью.  
*Сократ*

Закон могуч, но власть нужды сильнее.  
*И. Гёте*

Лучше всего иметь все сразу; если это невозможно,  
то неплохо иметь хотя бы немногое.  
*Р. Тагор*

*Статья продолжает серию публикаций, начало которых было положено в первом номере «Вестника РМАТ» за 2012 г. В ней анализируются две важнейшие теории в современной экономической науке – трудовая теория стоимости и теория предельной полезности. Научная ценность и практическое значение этих теорий исключительное: они не только объясняют, но и определяют поведение хозяйствующих субъектов на рынке и во многих других сферах экономики.*

*Ключевые слова: стоимость, цена, общественно необходимые затраты труда, субъективная, предельная и общая полезность, кривые безразличия, бюджетное ограничение.*

*The article continues a series of publications, initiated in the first issue of “Vestnik RMAТ” 2012. It analyzes the two most important theories in modern economics: labour theory of costs and the theory of marginal utility, scientific and practical value of these theories go without saying: they don’t only explain but predefine the behavior of economic subjective in the market and in many other spheres of economics.*

*Keywords: cost, price, socially necessary labour of the subjective, the marginal and total utility, indifference curves, budget constraint.*

Загадка, которую пытаются понять в течение двух веков

Центральным пунктом в процессе обмена товара на товар (заметим, что деньги – это тоже товар) является вопрос о том, что дает право одному товару обмениваться на другой товар. Как потребительные стоимости все товары различны: мешок зерна и овца; 10 кг мяса и топор, костюм и 5000 руб. и т.п. и т.д. Тем не менее, зерно может быть продано за овцу; топор может быть продан за мясо; костюм может быть продан за 5000 руб. Иными словами, различные потребительные стоимости при обмене обнаруживают в себе нечто общее, что и дает им право обмениваться в определенных количественных соотношениях. Очевидно, это общее заключено в содержании меновой стоимости. Но в чем заключено это общее, что представляет собой содержание меновой стоимости? Дискуссия по данному вопросу в экономической науке длится более двух веков. Ответ на этот вопрос дают две прямо противоположные экономические теории – трудовая теория стоимости и теория предельной полезности.

Сущность трудовой теории стоимости

Исторически первой в экономической науке сформировалась трудовая теория стоимости. Начало разработке трудовой теории стоимости положил английский экономист Уильям Петти (1623–1687) в своей работе «Политическая арифметика» (1683 г.). В отличие от меркантилистов источником богатства он считал не сферу обращения, а сферу производства.

В труде он видел источник прибавочного продукта, всеобщей формой

которого считал только ренту, не учитывая прибыль и процент.

Более обстоятельно концепция трудовой теории стоимости была разработана шотландским экономистом Адамом Смитом (1723–1790) в его знаменитом «Исследовании о природе и причинах богатства народов», которое вышло в свет в Лондоне в марте 1776 г. [9]. В Исследовании пять книг. Трудовой теории стоимости посвящена первая книга. Оставляя в стороне многообразие идей А. Смита, выделим лишь вопрос о роли труда. Уже во Введении он отмечает, что годичный труд каждого народа представляет собою первоначальный фонд, который доставляет ему все необходимые для существования и удобства жизни продукты [9, с. 65]. В этом же Введении он выделяет два условия богатства: производительность труда и соотношение тех, кто занят полезным трудом, и тех, кто им не занят. Стоимость товаров он определяет количеством труда, необходимого для их производства, или количеством труда, которое можно купить на данный товар. Эти два варианта трудовой теории у А. Смита однородны, поскольку он предполагал, что обмен товарами является эквивалентным.

Дальнейшее развитие трудовая теория стоимости получила в учении английского экономиста Давида Рикардо (1772–1823); в 1817 г. он издает свой капитальный труд «Начала политической экономии и налогового обложения» [7]. Трудовой теории стоимости Д. Рикардо придавал исключительное значение. Первый отдел первой главы он открывает заглавием: «Стоимость товара или количество какого-либо другого товара, на которое он обменивается, зависит от относительного количества труда, которое необходимо

для его производства, а не от большего или меньшего вознаграждения, которое уплачивается за этот труд» [7, с. 82]. Трудовую теорию стоимости он рассматривал как исходный пункт при анализе всех экономических процессов. Так, Д. Рикардо справедливо полагал, что на стоимость товара влияет не только труд, применяемый непосредственно к ним, но и труд, затраченный на орудия, инструменты и здания, способствующие этому труду» [7, с. 90].

Развивая учение А. Смита о труде как источнике богатства, Д. Рикардо особое внимание уделяет другим проблемам экономической теории: ренте, заработной плате, прибыли, налогам, роли государства.

В своем завершенном виде трудовая теория стоимости была разработана выдающимся немецким философом и экономистом К.Г. Марксом (1828–1883) в его гениальном многотомном сочинении «Капитал» [5].

Основные положения трудовой теории стоимости по Марксу сводятся к следующему.

Потребительные стоимости качественно разнородны и поэтому количественно несоизмеримы. Общей основой всех обмениваемых товаров является то, что все они – продукты труда. Труд имеет двойственный характер: конкретный, т.е. труд в определенной целесообразной форме, и абстрактный – затрата энергии вообще. На рынке труда конкретный труд выступает как частный; абстрактный – как общественный. Первый создает потребительскую стоимость, второй – стоимость. Стоимость есть отношение одного товара к другому, в котором проявляется равенство общественного труда. Величина стоимости определя-

ется величиной общественно необходимых затрат труда (ОНЗТ). Измерителем трудовых затрат является рабочее время. В обществе эти затраты измеряются не индивидуальным, а общественно необходимым рабочим временем. Однако невозможно объяснить, какие виды труда составляют ОНЗТ, каковы количества различных элементов ОНЗТ, как учесть труд простой и сложный, умственный и физический, квалифицированный и неквалифицированный и т.д. Стоимость, следовательно, непосредственно в рабочем времени выразить себя не может; она выражает себя на рынке через отношение одного товара к другому. Формой выражения стоимости, следовательно, является другой товар или особый товар – деньги. Денежное выражение стоимости есть цена.

Развивая учение А. Смита и Д. Рикардо, К. Маркс разрешил противоречие, в которое впадали классики экономической науки до него. Если богатство создается трудом, а труд обменивается по эквивалентной цене, то каков источник дохода капиталиста, откуда ему взяться, если работник за свой труд получает полную стоимость в форме заработной платы? К. Маркс решает эту проблему, вводя новое научное понятие – товар «рабочая сила». А. Смит и Д. Рикардо полагали, что наемные работники продают труд и что, следовательно, товаром выступает сам труд. К. Маркс утверждает, что рабочий продает не труд, а рабочую силу, т.е. свою способность к труду. Как и всякий товар, рабочая сила имеет потребительную стоимость и стоимость.

Стоимость рабочей силы – это стоимость жизненных средств, необходимых для воспроизводства рабочей силы, которая включает стоимость благ

и услуг, необходимых для физического существования самого работника, содержание членов его семьи, расходы на обучение и повышение квалификации самого работника и расходы на обучение тех, кто еще не работает, а также стоимость благ и услуг социального, духовного и рекреационного характера. Ее потребительная стоимость для покупателя – капиталиста определяется способностью рабочей силы производить большую стоимость, чем стоимость самой рабочей силы. Лошадь может быть использована для доставки сена большей величины, чем это нужно для прокорма самой лошади. Способность наемного работника производить благ больше, чем это нужно для воспроизводства рабочей силы самого работника, есть результат исторического процесса в развитии производительных сил.

Пленного, если он стал производить больше, чем это нужно для его содержания, уже не убивали, а превращали в раба. Крепостной три-четыре дня работал на помещика, два-три дня – на себя. В условиях капитализма наемный работник создает стоимость самой рабочей силы (необходимый продукт) и прибавочную стоимость (прибавочный продукт). Соответственно, совокупный труд наемного работника делится на необходимый и прибавочный. Стоимость прибавочного продукта есть прибавочная стоимость, которая присваивается капиталистом. Это присвоение и есть основа эксплуатации труда капиталом. Внешней, превращенной формой прибавочной стоимости выступают прибыль, процент и рента.

Устанавливая связь между рабочей силой, трудом, товаром и капиталом, К. Маркс писал: «Мы должны

проводить следующее различие: рабочая сила в руках рабочего является товаром, а не капиталом; ею обусловливается доход для него лишь постольку, поскольку он может постоянно повторять ее продажу; в качестве капитала она функционирует после продажи в руках капиталиста, во время самого процесса производства. Именно рабочая сила выполняет при этом двойную службу: в руках рабочего она служит товаром, который продается по стоимости; в руках капиталиста, который купил ее, она служит силой, производящей стоимость и потребительную стоимость» [5, т. 24, с. 428].

Трудовая теория стоимости имеет не только чисто научное, но и практическое значение.

Вывод первый. Если рабочая сила наемного работника создает потребительную стоимость, которая заключает в себе необходимый и прибавочный продукт, то из этого следует, что основной производительной силой общества является трудящийся. Именно ему – его величеству трудящемуся – общество должно уделять наибольшее внимание и заботу. Заслуги рабочего класса и крестьянства должны быть оценены достойно. Не случайно по объему промышленного производства в период 1918–1937 гг. СССР вышел на первое место в Европе и на второе место в мире. За годы всего двух пятилеток рабочий класс СССР создал могучую индустрию, которая выдержала нашествие индустрии всей Европы, нашествие индустрии, которая создавалась в течение двух столетий. В то же время и сам рабочий класс СССР рос и количественно, и качественно. Численность населения СССР в 1937 г. превышала численность населения России 1917 г. на 19,9 млн человек.

Особое положение рабочего класса, трудящихся в целом понимают и некоторые зарубежные экономисты. Американский экономист Гарри Стенли Беккер (1930–2014) в 1992 г. получил Нобелевскую премию по экономике за концепцию нового подхода к стоимости и оценке рабочей силы, которую он сформулировал в своей монографии «Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ» (1967 г.). Во всем мире ныне набирает силу новая концепция: рабочая сила – это человеческий капитал, который в современных условиях приобретает все большее значение в сравнении с инвестициями в вещественные факторы производства. Заметим, что еще в середине XIX в. К. Маркс обратил внимание на то, что главным творцом общественного богатства в будущем станет высококвалифицированный научный труд.

В связи с этим особую тревогу вызывает положение рабочего класса в современной России. Среднегодовая численность занятых в экономике с 1992 г. по 2013 г. сократилась с 71 905 до 67 785 тыс. человек, т.е. на 4120 тыс. человек. Наибольшее сокращение труда произошло в организациях государственной и муниципальной формы собственности: с 49 660 тыс. человек в 1992 г. до 19 291 тыс. человек в 2013 г., т.е. на 30 139 тыс. человек. Соответственно увеличилось количество занятых на предприятиях частной формы собственности: в 1992 г. их численность составляла 13 887 тыс. человек, в 2013 г. – 40 684 тыс. человек; увеличение составило 26 797 тыс. человек. Удельный вес занятых в государственных и муниципальных организациях с 1992 по 2013 г. сократился с 69,1 до 28,4%; удельный вес занятых в органи-

зациях частной формы собственности увеличился в этот период с 19,3 до 60% [8, с. 103].

В эти же годы проявила себя тенденция абсолютного и относительного сокращения численности занятых в отраслях материального, реального производства и одновременно появилась тенденция увеличения численности занятых в отраслях нематериального производства. Так, в период с 2005 по 2013 г. абсолютно и относительно сократилась численность занятых во всем обрабатывающем производстве, в сельском и лесном хозяйстве, но одновременно абсолютно и относительно увеличилась численность занятых в торговле, финансовой сфере и государственном управлении. Если бы А. Смит жил в наше время, он непременно спросил бы: разве эти переменные в структуре совокупного труда страны увеличивают богатство народа этой страны? Он ответил бы откровенно и сурово: эти факторы сокращают богатство.

Сокращение занятых в реальном, материальном производстве сопровождается и дополняется другими отрицательными явлениями. В период 1992–2013 гг. увеличилась резервная армия труда: число безработных увеличилось с 3889 тыс. человек до 4137 тыс. человек [8, с. 114]. При этом 21,1% безработных имеют высшее профессиональное образование, 22,8% – среднее профессиональное образование [8, с. 116]. Иными словами, 44% безработных – это люди высокой квалификации. Следует учитывать также фактор международной миграции: в 2013 г. в Россию прибыло 482 241 человек, выбыло – 186 382 человек [8, с. 96, 97]. Сальдо миграции положительное, однако из России мигриру-

ет высококвалифицированная рабочая сила, в Россию прибывает рабочая сила низкой квалификации. Вызывает сомнение и то обстоятельство, что за четыре года бакалавриата можно подготовить работника высокой квалификации.

Все эти факторы отрицательно влияют на величину и динамику основного макроэкономического показателя – валового внутреннего продукта. В 2005 г. ВВП России увеличился на 6,4%, в 2010 г. – на 4,5%, в 2013 г. – всего на 1,3% [8, с. 41].

Отечественная статистика важным источником ВВП считает оплату труда всех наемных работников общества. Но можно ли оплату труда в торговле, финансовой сфере и управлении считать источником ВВП? По сути это издержки. Трудовая теория четко определяет, где создается потребительная стоимость и стоимость и где она распределяется и перераспределяется. Уже в «Исследовании о природе и причинах богатства народов» А. Смита эта проблема решена предельно ясно и убедительно. Современное понимание ВВП требует уточнения: роль реального, материального производства не должна умаляться и недооцениваться. Последствия этой недооценки опасны: опыт Китая и России доказывает данное положение весьма убедительно. При расчетах ВВП нежелательно включать в него производные, вторичные доходы нематериальных отраслей. Как и всякий экономический показатель, ВВП имеет свои недостатки [4, с. 42, 43].

Второй важнейший вывод, который логично вытекает из концепции трудовой теории стоимости, – это реализация полной стоимости товара «рабочая сила», иными словами, это экономическое и социальное положение

трудового народа в России. Величина прожиточного минимума в среднем на душу населения в 2013 г. составила 7306 руб. в месяц, минимальный размер оплаты труда – 5205 руб. в месяц; коэффициент фондов, т.е. дифференциация доходов 10% богатого и 10% бедного населения, составил 16,2; после 1992 г. увеличился в 2 раза [8, с. 128, 130]. С денежными доходами ниже величины прожиточного минимума живут 15,7 млн человек, или 11% населения страны [8, с. 129]. Если поднять планку дохода до 14 тысяч рублей в месяц, то в стране бедных окажется 34,8% населения страны [8, с. 138]. В то же время индекс концентрации доходов – коэффициент Джини – в 1992 г. составлял 0,289, в 2013 г. – 0,418, т.е. увеличился почти в 1,5 раза [8, с. 139]. Бедность значительной части народа не увеличивает богатства страны.

Третий важнейший вывод, который следует из концепции трудовой теории стоимости, в том, чтобы «справедливая» рыночная цена тяготела к понижению в связи с ростом производительности труда. В реальной жизни индекс потребительских цен в экономике России все эти годы после 1992 г. неуклонно рос: в 2000 г. – на 20,2%, в 2005 г. – на 10,9%, в 2010 г. – на 8,8%, в 2013 г. – на 6,5% [8, с. 484]. Неуклонно возрастал паритет покупательной способности рубля по отношению к доллару США: в 2010 г. он составил 15,83 руб., в 2012 г. – 18,49 руб. за 1 доллар США [8, с. 557]. Иными словами, все эти годы после 1992 г. рубль становился все более дешевым и на международном рынке товаров.

Все эти процессы на внутреннем и мировом рынке с точки зрения трудовой теории стоимости легко объяснить, если вспомнить, что в основе сто-

имости и соответственно цены лежат общественно необходимые затраты труда. В связи с этим бесполезно вспомнить теорию различий в абсолютных издержках А. Смита и теорию сравнительных издержек Д. Рикардо в международной торговле. Трудовая теория стоимости позволяет легко и убедительно объяснить поведение продавца и товаропроизводителя, ибо этих агентов рынка интересует прежде всего вопрос о возмещении их затрат на производство и реализацию товара.

Однако на основе этой теории трудно, а иногда и невозможно объяснить ряд других рыночных явлений. Во-первых, на основе этой теории трудно объяснить, почему в одно и то же время один и тот же товар на различных рынках и даже на одном и том же рынке иногда продается по разной цене. Во-вторых, на основе трудовой теории стоимости трудно объяснить поведение покупателя, потребителя, которого интересуют не только затраты на товар, но прежде всего полезность данного товара.

Параллельно с трудовой теорией стоимости возникла теория субъективной полезности, которая позже получила завершённое выражение в теории предельной полезности. Суть теории субъективной полезности сводится к следующему. Товар на рынке покупают не потому, что в нем заключены затраты труда, а потому, что данный товар для данного покупателя имеет полезность, ценность. В создании товара принимают участие три фактора – труд, капитал, земля. Однако ценность товара обнаруживается на рынке и, следовательно, целиком зависит от субъективной оценки его потребителем. Уязвимым местом этой теории как раз и явилась позиция определения цены товара только с точки зре-

ния субъективной оценки покупателя. Эта теория не могла разрешить знаменитый «парадокс Смита»: почему вода, столь полезная для человека, стоит так дешево, а алмаз, чья польза намного меньше, стоит так дорого?

Теория субъективной полезности в конце XIX – начале XX в. развилась в теорию предельной полезности, которая позволила устранить уязвимые места своей предшественницы.

Сторонники теории предельной полезности ценность, или стоимость, товара также выводят не из затрат труда, а из полезности. При этом они выделяют два ее вида: во-первых, полезность общую, или родовую, под которой понимают способность всех наличных благ удовлетворять какую-либо потребность людей; во-вторых, конкретную, или субъективную, полезность, которая означает субъективную оценку данного экземпляра данного блага данным покупателем, потребителем.

Какие факторы определяют эту субъективную, или конкретную, полезность? Исходной основой субъективной полезности являются следующие две предпосылки. Во-первых, субъективная полезность предполагает редкость блага, ограниченность величины его запаса. «Ценность предполагает именно ограниченность количества вещей, отсутствие ценности предполагает избыток их» [1, с. 262]. Во-вторых, субъективная полезность зависит от характера потребления благ. Эту зависимость полезности блага от процесса его потребления обосновал немецкий экономист Герман Генрих Госсен (1810–1858) в своей книге «Развитие законов общественного обмена и вытекающих отсюда правил человеческой деятельности» (1854). Через четверть века после выхода книги в экономиче-

скую науку прочно вошли два постулата Г.Г. Госсена, которые теперь получили названия первый и второй законы Госсена. Первый закон выражают два положения.

В одном непрерывном акте потребления полезность последующей единицы потребляемого блага убывает; при повторном акте потребления полезность каждой единицы блага уменьшается по сравнению с ее полезностью при первоначальном потреблении [3, с. 39, 40].

Учет двух факторов – ограниченности благ и характера их потребления – позволил на основе первого закона Госсена вывести новое понятие – субъективную предельную полезность.

В условиях, когда количество благ ограничено, ценность данного блага определяется субъективной полезностью последнего, предельного экземпляра, который удовлетворяет наименее настоятельную конкретную, субъективную потребность, занимающую последнее место в ряду потребностей, удовлетворяемых всем наличным запасом благ данного рода. Иными сло-

вами, ценность блага в ее субъективной оценке определяется величиной его предельной полезности. Классической иллюстрацией этих положений стал пример австрийских экономистов Карла Менгера (1840–1921) и Эйгена Бём-Баверка (1851–1914) с пятью мешками зерна, которые имеет старик-отшельник, проживая в лесу: первый мешок он использует для удовлетворения самых насущных потребностей в пище, второй – для улучшения питания, третий – для откорма домашних птиц, четвертый идет на изготовление пива, пятый – для забавы (кормление попугая). В субъективной оценке этого отшельника ценность каждого из пяти мешков определяется ценностью предельного, последнего мешка. Если по какой-либо причине он лишится пятого мешка, то его субъективная оценка оставшегося мешка будет определяться ценностью четвертого мешка. Однако эту субъективную предельную оценку полезности нельзя путать с общей полезностью всех пяти мешков зерна. Представим эти оценки (см. табл.).

Полезность зерна для отдельного потребителя

<b>Количество мешков зерна, шт.</b>	<b>Субъективная предельная полезность дополнительного (последнего) мешка зерна, ед.</b>	<b>Общая полезность всего зерна как сумма предельных полезностей, ед.</b>
1	10	10
2	8	18
3	6	24
4	4	28
5	2	30

Субъективная предельная оценка зависит от двух факторов: во-первых, от величины всего запаса зерна, во-вторых, от степени удовлетворения потребности в зерне. Общая полезность

зависит от суммы предельных полезностей пяти мешков зерна и определяет их способность удовлетворять все потребности старика-отшельника. С точки зрения изложенного легко

объяснить «парадокс Смита»: общая полезность всего запаса воды, конечно, выше общей полезности алмазов, но конкретная, субъективная, предельная полезность алмазов несомненно выше предельной полезности воды.

В теории предельной полезности, как и в трудовой теории стоимости, есть свои слабые стороны. Если субъективная оценка каждого блага определяется его предельной полезностью для данного покупателя, то неизбежно следует вывод, что и объективные меновые пропорции товаров, т.е. их рыночные цены, определяются только этой субъективной полезностью для покупателя и что мнение продавца, равно как и его затраты на товар, ничего не значат и никакой роли не играют. В этом случае придется признать, что цена легкового автомобиля выше цены мотоцикла не вследствие более высоких затрат на автомобиль, а только потому, что данный покупатель субъективно ценит автомобиль выше, чем мотоцикл. Полный отказ от трудовой теории стоимости и признание в качестве единственного источника стоимости (ценности) только предельной полезности не дает возможности объяснить, почему на различных рынках при всех исключениях, колебаниях и отступлениях на одни и те же товары складываются единые рыночные цены.

Становится очевидным, что стоимость (ценность) органически включает в себя и цель (результат производства, полезность), и средства достижения этой цели (затраты живого труда и других необходимых ресурсов, факторов производства).

В конце XIX – начале XX в. в экономической науке возникло новое направление, которое предприняло попытку объединить эти две теории и на

этой основе создать синтез предельной полезности и затрат (издержек) производства. «Мы могли бы с равным основанием спорить о том, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как о том, разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц» [6, с. 357]. По мнению А. Маршала, ценность товара в равной мере определяется и полезностью, и затратами (издержками) производства. При этом затраты труда (живого и овеществленного) осуществляются потому, что общество ценит данное благо. Стоимость готового товара как бы вменяется стоимости пошедших на его изготовление факторов производства. Этот принцип вменения Э. Бём-Баверк иллюстрировал следующим примером: не потому дорого токайское вино, что дороги токайские виноградники, а наоборот, потому, что из-за высокой ценности вина высоки и затраты на его изготовление.

Следовало бы добавить к аргументации сторонников теории предельной полезности, что причина и следствие могут меняться местами. Да, верно, затраты на виноградник осуществляются потому, что люди высоко ценят виноградное вино. Но верно и то, что продавец вина не может не учитывать затраты на его изготовление.

Следовательно, товар – это единство потребительной стоимости и меновой стоимости, а стоимость, или экономическая ценность товара, есть единство полезности блага и затрат на его производство.

Товаропроизводитель не будет осуществлять затраты, если они не оправданы целью, результатами, полезностью будущих благ, но в то же время получение результата, достижение полезности немислимо без затрат. Тако-

во реальное противоречие экономической жизни.

В данной статье были рассмотрены две теории, две проблемы, которые свойственны современному рынку. Но из этого не следует, что современный рынок испытывает влияние только двух факторов: затрат труда и предельной полезности товаров. С точки зрения трудовой теории стоимости 1 доллар США по покупательной способности стоит 18,49 руб., однако его спекулятивная цена на мировом рынке выше более чем в 2 раза. В последующих статьях автор планирует рассмотреть факторы, которые регулируют современный рынок – как внутренний, так и мировой. Это тем более необходимо, что абсолютизация рыночной стихии может породить тяжелейшие социальные и экономические последствия. Идеолог и ярый защитник капиталистической системы хозяйствования Джордж Сорос справедливо пишет: «Рыночные силы, если им пре-

доставить полную власть, даже в чисто экономических и финансовых вопросах вызывают хаос и в конечном итоге могут привести к падению мировой системы капитализма. Это мой самый важный вывод в данной книге» [10, с. XXIII].

Рыночная система в современной России нуждается в коренном переосмотре, ибо перед страной стоят поистине исторические задачи. «Первостепенная проблема заключается в том, что отечественная экономика все еще остается без движущей силы передового развития, а стало быть – в состоянии системного кризиса. Именно на эту проблему отчетливо указывают итоги первого полугодия 2014 г.» [2, с. 3]. Выход из данной ситуации видится в том, чтобы в России сформировалась экономическая система, которая бы совершила новую индустриализацию. К этой проблеме ведут Россию все современные экономические, социальные и политические факторы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бём-Баверк Э. *Основы теории ценности хозяйственных благ*. М.: Прогресс, 1992.
2. Губанов С. *Экономика без движущей силы: об итогах первого полугодия 2014 г.* // *Экономист*. 2014. № 8.
3. *Законы Госсена* // *Экономическая школа*. 1992. Вып. 2.
4. Козырев В.М. *Основы современной экономики*. М.: Финансы и статистика, 2009.
5. Маркс К., Энгельс Ф. *Сочинения*. Т. 23, 24, 25, 26.
6. Маршалл А. *Основы экономической науки*. М.: Эксмо, 2008.
7. Рикардо Д. *Начала политической экономии и налогового обложения*. Избранное. М.: Эксмо, 2008.
8. *Россия в цифрах*. М.: Росстат, 2014.
9. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов*. М.: Эксмо, 2009.
10. Сорос Дж. *Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности*. М.: Инфра-М, 1990.

А.В. КВАРТАЛЬНОВ, О.В. ЧАБАНЮК

---

**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПОДГОТОВКА  
КАДРОВ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

---

*Рассматриваются проблемы управления в современных условиях, методы управления и их рациональное соотношение, а также проблемы кадрового обеспечения инновационной экономики и эффективности оценки системы высшего образования.*

*Ключевые слова: инновационная экономика, социальное управление, качество образования, человек в системе управления, методы управления, методы побуждения.*

*The article describes the management problematic in modern economy conditions, the management methods and it's rational application, as well as the problems of HR supplies and the effective ways of higher education quality evaluation.*

*Key words: innovative economics, social management, education quality, management methods, stimulation methods.*

Для требуемого уровня кадрового обеспечения развития инновационной экономики прежде всего необходимо обеспечить инновационный характер базового образования с использованием современных технологий образования, а также создать современные системы непрерывной подготовки и переподготовки профессиональных кадров, ориентированных на инновационную экономику.

В последнее десятилетие у людей в развитых странах произошли изменения мозга, когнитивной сферы, которая очень пластична и готова реагировать на изменения нагрузки, изменение человека говорит о том, что в целом человечество стало умнее. К развитым странам в этой сфере принадлежит и Россия, и ее средний коэффициент IQ населения растет, как и в других развитых странах, но, к сожалению, мы отстаем примерно на 10% от стран Юго-Восточной Азии. Более высокий коэффициент в этих странах объясня-

ется тем, что мозг человека получает более высокую нагрузку в виде иероглифического письма, которое развивает образное мышление.

В этой связи рассмотрим человека как элемент и объект системы менеджмента и методы практического воздействия на системы управления.

Всякая система управления, какой бы сложной она ни была, в конечном счете может быть сведена к людям, ее образующим. Человек – главное звено в управлении. От него исходят и к нему обращены управленческие импульсы. Поэтому важным представляется вопрос о том, какое место занимает человек в системе управления. Здесь возможны различные подходы и могут быть выделены различные аспекты анализа. В частности, человек в управлении может быть рассмотрен в связи с материальным и идеальным планами его бытия и деятельности.

Материальный аспект бытия человека представлен его непосредственно-наличным чувственно воспринимаемым бытием и внешним поведением

и деятельностью. Человеческий организм со всеми его отправлениями и вся совокупность внешних проявлений человеческого индивида – вот характеристика человека как чисто материального объекта. Эта характеристика с точки зрения управления весьма недостаточная и требует своего уточнения и развития. Поведение и деятельность могут быть результатом управленческого процесса, но их непосредственные детерминанты содержатся и в психике и сознании людей – субъектов этих внешних проявлений.

Другими словами, именно идеальный аспект человеческого бытия, сознание и психика человека, мир смыслов, ценностей, целей, представлений и знаний является той сферой, на которую непосредственно направлено управленческое воздействие и которой оно не может избежать, чтобы быть эффективным.

Человеческое сознание, его содержание обусловлены материальным бытием человека, совокупностью тех социальных условий, в которых он формируется и развивается. Его поведение и деятельность детерминированы этими условиями уже опосредованно. Во-первых, тем специфическим множеством представлений, норм, ценностей, интенций, которые были усвоены конкретным индивидом в процессе социализации. Во-вторых, той информацией, которой в текущий момент времени располагает индивид и которая, в частности, является управляющей им информацией. И в-третьих, результатом процессов собственного отражения индивидом окружающих условий в актуальный период времени, преломленным через совокупность его установок, взглядов, ценностей, стереотипов восприятия и поведения, а также – пре-

ломленным через анализ поступающей информации. То есть чтобы управлять поведением и деятельностью человека, надо управлять, в первую очередь, его психикой и сознанием. В равной мере это относится и к управлению социальными группами и общностями.

На это, например, указывает Г. Шиллер в своей книге «Манипуляторы сознанием» [5], рассматривая вопрос о создании, обработке, оперировании и контролировании массовой информации. Он исследует многообразные пути, по которым информация формирует представления и установки людей, а через них определяют поведение. Как пишет Г. Шиллер [5], управление информацией всегда было главным и эффективным инструментом управления людьми в Северной Америке.

Все средства социального управления: предписание, убеждение, информирование – направлены на идеальный уровень функционирования человека, поскольку именно на этом уровне происходит расшифровка управленческого воздействия и принятие решения об определенной линии поведения.

Управленческое воздействие есть определенного рода информация. Управление в обществе – это по большей части управление потоками информации. Социальная информация носит идеальный характер, поскольку без опосредования ее сознанием человека (без осознания) она не существует. Человеческое сознание раскрывает содержащийся в наборе материальных сигналов смысл, т.е. их идеальное содержание. Без и вне человека любые сообщения являются только материальным процессом, который в отношении индивида или какой-либо социальной группы не может иметь никакого управленческого результата.

И только если человек воспринимает материальный процесс, несущий информацию, и переводит совокупность материальных знаков в сферу смыслов, на уровень идеального, то, становясь фактом сознания, сообщение начинает играть роль фактора, управляющего поведением индивида и группы.

Такое средство управления, как предписание, непосредственно направлено на управление поведением и деятельностью, тогда как убеждение и информирование – на управление психикой и сознанием. Предписание представляет собой некоторую социальную информацию, и его императивность (т.е. предписание жестко определенного поведения, способа действий) может быть реализована только тогда, когда предписание субъективируется, становится внутренней осознанной реальностью для тех людей, которые выступают в роли объекта управления.

Поэтому основным требованием к управленческой информации в форме предписания является ее четкость, ясность и однозначность для объекта управления. Если это требование соблюдено и отсутствуют препятствия для исполнения предписания, оно будет выполнено.

Управление посредством предписания определенного вида действий широко распространено во всех жестких административных системах. В то же время предписание как единственное средство управления, без его поддержки другими средствами и условиями, неэффективно. Даже в таких жестких системах, как военное управление, наряду с приказами используется все многообразие других средств поддержки: убеждение и информирование воинов и воинских коллективов, формирование коллективного мнения, атмосфе-

ры взаимоуважения и взаимопомощи, духа воинского братства, используется индивидуальный подход, учет личностных особенностей, невербальное и эмоциональное воздействие и т.п.

Таким образом, управление в форме предписания эффективно только в определенных условиях, когда оно поддерживается другими средствами и базируется на развитых социальных связях. Сами эти условия достаточно разнообразны. В частности, самым простым, а в сущности – примитивным механизмом управления, обеспечивающим выполнение предписания, является насилие или угроза применения такового. Но предписание может быть одним из средств управления и в хорошо сформированных коллективах, с развитым чувством единства убеждений, ценностей, интересов, целей у его членов. А также в случае авторитетности руководителя как лидера. Обычной же сферой применения данного средства управления являются разнообразные административно-бюрократические системы.

В случае предписания на уровне сознания происходит восприятие управленческой информации объектом управления и координация его действий по осуществлению предписанного образа действий. То есть действие на идеальном уровне сводится к принятию информации и изменению поведения в соответствии с ее содержанием (уже на материальном уровне).

В случае применения таких средств управления, как убеждение и информирование, хотя целью управления и является обычно определенное изменение в поведении и деятельности, само управленческое воздействие адресуется непосредственно к психике и сознанию индивида.

Таким образом, в процессе применения убеждения и информирования восприятием некоторой информации управление только начинается. Затем включаются сложные механизмы осмысления поступающей информации, ее оценки, притягивания или непритягивания, ее адаптации к мировоззренческому, ценностному, когнитивному, эмоциональному и иным блокам в структуре личности. Этот процесс может значительно растягиваться во времени и иметь неоднозначные результаты. То есть в процессе убеждения и информирования основную роль играют те процессы, которые протекают на уровне идеального.

Если управление через предписание используется в отлаженных системах, где подобное средство управления уже имеет традиции использования, а сама система управления построена таким образом, чтобы это средство было эффективным, то убеждение и информирование, чтобы иметь желаемый результат управления, должны опираться на хорошее познание объекта управления. Прежде чем убеждать или информировать, субъект управления должен иметь ясное представление о том, к кому и с какими целями он обращается, каков может быть результат направления той или иной информации к объекту, что чаще всего неоднозначно.

Например, такая сложная система управления, как маркетинг, предполагает безусловное и глубокое изучение потребителя, его потребностей и тенденций их развития, в том числе потенциальных потребностей. Основной целью маркетинга (целью, ради которой он осуществляется) является получение фирмой его проводящей максимальной прибыли. Эта цель должна быть достигнута через активное фор-

мирование рынка товаров, в которых заинтересован потребитель продукции. Задача убедить потребителя в необходимости для него нового товара решается уже в ходе изучения его потребностей. При появлении на рынке этого товара остается только проинформировать потребителя о новом товаре и его особенностях, т.е. сообщить потребителю о том, что на рынке появился именно тот товар, в котором он особенно нуждается и который наилучшим образом удовлетворяет его потребности. Если в результате маркетинговых исследований была получена достоверная информация о потребностях и выпущенный товар удовлетворяет этим потребностям, то будет достигнута и основная цель – получение максимальной прибыли. Ошибки в исследовании рынка и потребностей приводят к тому, что производитель не получает ожидаемую прибыль или терпит убытки, т.е. цель управления не является достигнутой.

Таким образом, важнейшим требованием к управлению посредством убеждения и информирования является глубокое изучение субъектом управления объекта, выявление в структуре объекта управляемых элементов и понимание того, как на них эффективно воздействовать для достижения поставленных целей управления. При этом убеждение ориентировано непосредственно на определенный результат управления и определенные действия по его достижению, тогда как информирование исходит из того, что при получении соответствующей информации объект управления предпримет такие действия, которые в наибольшей мере отвечают известным целям управления.

Так, в ходе предвыборной кампании каждая из участвующих в ней сто-

рон убеждает избирателей в преимуществах собственного претендента, его программы, моральных, политических и иных достоинствах и указывает на «минусы» соперников. Если предвыборная кампания как особый случай управления мнением избирателей была проведена профессионально, т.е. избиратели были убеждены голосовать за предлагаемого им претендента, то будет достигнута и цель – он будет избран. При этом определяющую роль в процессе предвыборной кампании играет именно знание особенностей менталитета тех или иных слоев, стратов, социума в целом и адекватное целям воздействие на них.

Всякая реклама опирается на оба указанных средства – убеждение и информирование. Реклама, во-первых, информирует об определенном товаре или услуге, указывая на их особенности, возможности, фирму-изготовителя и т.п. И, во-вторых, убеждает в выгоды покупки или пользования данной услугой, делая акцент на их преимуществах, выгодно отличающих их от аналогичных товаров и услуг. Таким образом, и убеждение, и информирование как средства управления обращены к психике и сознанию людей, воздействуют на идеальный уровень личности.

Из рассмотренного становится ясным, что социальное управление (речь не идет об управлении в технических системах) обращено к идеальной сфере или опосредовано ею. Основные процессы в ходе управления протекают на идеальном уровне, тогда как материальная сфера служит для передачи информации между различными идеальными сферами: от субъекта управления к объекту, от объекта к субъекту, внутри субъекта и объекта, когда они представляют собой сложные социаль-

ные системы, включающие в себя ряд уровней опосредования информации, управленческих воздействий и обратных влияний.

Таким образом, человек, являясь ведущим эвенном системы управления, представляет собой материально-идеальную реальность как совокупность внешних, материальных проявлений в поведении и деятельности и их внутренних, психических и сознательных детерминант. А всякий элемент системы социального управления содержит в себе как материальные, так и идеальные компоненты. На уровне явления система управления представлена своей материальной стороной: организацией, структурой, внешними процессами передачи информации. Сущностная сторона управления раскрывается при обращении к уровню идеального, где совершаются процессы, определяющие его содержание: познание объекта, формирование целей управления, принятие решений, разработка программ, формирование реакций на управленческие воздействия, детерминация поведения и деятельности.

Исходя из вышеприведенного анализа и перенося его в область практического осуществления целей системы управления, можно перейти к раскрытию возможных методов управления в соответствии с рассмотренными аспектами человека как элемента в системе управления.

Метод управления – это метод воздействия субъекта управления на объект управления по практическому осуществлению стратегических и тактических целей системы управления. Система управления представляет совокупность научных подходов, функций и методов управления, целевой, обеспечивающей, управляемой и управ-

ляющей подсистем. Целью системы управления является достижение конкурентоспособности выпускаемой продукции, выполняемой услуги, организации и т.д. на внешнем или внутреннем рынках.

Для достижения конечной цели субъект управления должен с одинаково высоким уровнем качества выполнять все функции управления – от стратегического анализа до регулирования. Эти функции должны выполняться с применением научных подходов и наиболее подходящих для данной ситуации методов управления.

В настоящее время в научной литературе раскрываются и на практике применяются три группы методов управления: административные (организационные или организационно-распорядительные), экономические и социально-психологические. Эти группы методов управления чаще всего рассматриваются как взаимодополняющие.

Представляется, что общепринятая классификация методов управления не в полной мере отражает их сущность. Например, любой нормативный акт как атрибут административного метода управления, кроме административно-правовых, решает и социально-экономические вопросы, а реализация нормативного акта требует применения знаний в области психологии. Результаты экономического управления чаще всего отражаются или фиксируются в нормативных (административных) документах. Экономические вопросы неправомерно рассматривать в отрыве от социальных и, наоборот, социальные – в отрыве от экономических и правовых.

В основу классификации методов управления следует положить иной

признак – степень свободы объекта управления в связи с воздействием на него субъекта.

Человек как объект управления может иметь следующие степени свободы:

- ограниченную свободу, при которой субъект управления принуждает зависимый объект выполнять планы и задания;
- мотивационную свободу, при которой субъект управления должен найти обоснованные мотивы, побуждающие объект управления к выполнению планов и заданий;
- высокую степень свободы, при которой субъект управления должен с использованием психотехнологий формировать метод воздействия на относительно независимый объект управления, ставя во главу угла изучение психологического портрета управляемой личности и тенденции ее развития. Для объекта управления в этом случае удовлетворение первичных физиологических потребностей не является приоритетным, для него важнее удовлетворение высших потребностей (самореализация, самовыражение).

Исходя из вышесказанного, методы управления возможно подразделить на методы принуждения, методы побуждения и методы убеждения.

Что касается методов принуждения. Рыночная экономика не может существовать и функционировать без государственного регулирования. В этом смысле, по словам Б.А. Райзберга [4], термин «регулируемая рыночная экономика» обладает выраженной избыточностью, так как экономика не может быть нерегулируемой. Прибавление эпитета «регулируемая» не лишена смысла, если мы подчеркиваем, что экономика в высокой степени регулируется со стороны государства.

При отсутствии необходимого и достаточного государственного регулирования в действие неизбежно вступают стихийные регуляторы. Они также «наводят порядок» в экономике, восстанавливают своеобразные равновесие и пропорциональность, но ценой кризисов, глубоких спадов производства и потребления, массовой безработицей, социальных напряжений и взрывов. Там, где не управляет государство, растет сектор теневой экономики.

В цивилизованной рыночной экономике, характеризующейся наличием системы ориентиров, выражающих общегосударственные, общенациональные интересы, и обладающей высоким уровнем организованности, разрушительной силой стихийных регуляторов противостоит государственное регулирование.

Государственное регулирование неизбежно ассоциируется с централизацией управления экономикой, и действительно, принцип централизации является одной из его составляющих.

Как правило, государственное регулирование рыночной экономикой осуществляется двояко. С одной стороны, это организующее, упорядочивающее воздействие, необходимое для самого рынка как неотъемлемое условие его надежной работы. Оно осуществляется в государственном формировании свода правил и ограничений рыночной деятельности, ее поддержке и обновлении, контроле за соблюдением нормативных актов. С другой стороны, государственные органы способствуют органическому встраиванию рыночных отношений в систему общественных отношений, без чего рынок был бы отторгнут политической и социальной структурами.

Отличие государственного управления централизованной (централи-

зованно-плановой) и рыночной экономикой состоит в том, что в первом случае органы государственной власти приспособляют экономику к своим политическим и экономическим интересам, к идеологическим доктринам, а во втором – управление строится в соответствии с сутью рыночных отношений, с законами рынка, хотя и здесь правительство не забывает о себе и о тех, от кого оно зависит.

Найти оптимальное сочетание рыночной свободы и государственного регулирования очень непросто, однозначных подходов и критериев решения этой проблемы экономической наукой и практикой не найдено. Можно лишь попытаться определить некоторые тенденции в поиске оптимума. Организация и регламентация рынка не должны нарушать огромный потенциал самонастройки рыночного механизма. Но и разгул конкурентной стихии при ослаблении регламентирующих «правил игры» может иметь самые разрушительные и негативные для общества последствия, такие как массовое банкротство, безработица, фальсификация продуктов.

Для конкретных условий оптимальным является максимум свободной конкуренции при адекватной организации и регламентации. Такой механизм можно назвать механизмом организованной конкуренции. Современный инструментарий государственного регулирования экономики направлен на достижение подобного оптимума.

Методы принуждения – жесткие методы управления, характерные для централизованно-плановой системы хозяйствования, девизом которой был лозунг «План – это закон». Жесткое планирование сверху (принуждение) на корню губило инициативу на ме-

стах. Централизованное планирование всего и вся в условиях приоритета государственной собственности и монополизма привело Россию и страны СНГ к нищете.

Но и нельзя говорить о том, что в условиях рыночных отношений планирование ушло в небытие. Наоборот, в этих условиях роль планирования возрастает в десятки раз, но на основе других принципов и методов. В условиях централизованно-плановой (административной) системы хозяйствования соотношение применяемых методов принуждения, побуждения и убеждения было примерно таким: 80:10:10%.

С 1991 г. российская экономика путем срочного проведения ряда необоснованных мер сделала «рывок» в рынок. Правовая система и экономическая стратегия перехода России на рыночные отношения не были разработаны. Все ветви власти посчитали, что «невидимая рука» без экономико-правовой субстанции само приведет российскую экономику к расцвету. От свободы все были в состоянии эйфории. Упор был сделан на последнюю группу методов управления – убеждения на основе психологии. Соотношение методов управления (принуждения, побуждения и убеждения) изменилось в пользу методов убеждения 10:10:80%. Результаты такого ненаучного перехода к рыночным отношениям мы до сих пор пожинаем сегодня.

Методы убеждения в управлении основаны на исследовании психологического портрета личности, мотивации ее потребностей, составляющих физиологические, духовные и социальные нужды. Структура и объем потребностей определяются характером, образованием, социальным положением и ценностями личности.

Каждый сотрудник требует к себе индивидуального подхода. Чтобы уметь убеждать сотрудника в необходимости качественно, в срок и с наименьшими затратами выполнить задание, субъекту управления следует знать психологические установки личности как объекта управления.

По словам А.Г. Ковалева [1], убеждение – это воздействие, которое затрагивает ум и эмоции в их единстве, изменяет неправильные взгляды, отношения, формирует новые, соответствующие требованиям науки и моральным требованиям общества. Чтобы убеждение как метод воздействия было максимально действенным, оно должно удовлетворять ряду требований.

1. При убеждении необходимо быть объективным.

2. Чтобы убедить, надо полно раскрыть вопрос, рассмотреть все его аспекты и тем самым устранить возможные возражения и сомнения.

3. Содержание и форма убеждения должны отвечать уровню развития личности, иными словами, убеждающая беседа должна быть доступна для понимания.

4. Убеждение должно строиться с учетом индивидуальных особенностей человека. Прежде всего, необходимо знать истинную жизненную позицию или отношение к поставленному вопросу.

5. Убеждение должно быть последовательным, логичным, максимально доказательным.

6. Убеждение должно содержать как обобщающие положения (принципы и правила), так и конкретные факты, примеры.

7. При убеждении необходимо анализировать факты, известные собеседникам.

8. Убеждающее воздействие должно быть эмоциональным, побуждать к различным переживаниям.

Рациональное соотношение методов принуждения, побуждения и убеждения может выглядеть примерно как: 40:40:20%.

Методы принуждения – субстанция управления. Низкое качество субстанции – законодательных и нормативных актов – приведет к низкому качеству последующих компонентов системы управления. Если идеология, политика, право не будут иметь комплексного обоснования, то экономика и психология ничего не сделают в области развития любых систем. Субстанция управления должна быть высшего качества.

Методы побуждения нацелены на экономию ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности товаров и услуг, инфраструктуры, качества жизни населения в соответствии с идеологией и политикой развития данной системы. Субстанцией методов побуждения является оптимизация управленческого решения и мотивация персонала на его реализацию. Это очень сложная работа, качество которой определяет эффективность систем. В условиях рыночных отношений конкуренция заставляет инвесторов и государство оптимизировать решения и мотивы в целях повышения качества жизни населения. Поэтому роль методов побуждения в управлении эффективностью объектов должна оцениваться примерно в 40% от совокупности факторов эффективности.

Методам психологии в централизованно-плановой системе уделялось очень мало внимания, так как человек в ней был «винтиком». Высшая ступень развития промышленно раз-

витых стран ориентирована на гармоничное развитие личности, повышение эффективности с использованием психотехнологий. Факторов и условий, определяющих качество и эффективность управленческих решений, значительно больше, чем факторов психологического портрета личности, которыми следует руководствоваться (учитывать) при принятии и реализации решений. Поэтому «весомость» методов побуждения примерно в два раза больше «весомости» методов убеждения.

К методам побуждения относятся методы управления, целью которых является анализ и оптимизация управленческих решений по любым вопросам становления, функционирования и развития любых систем. Конечные цели методов побуждения: экономия ресурсов, повышение конкурентоспособности любых объектов, повышение качества жизни. Средства достижения этих целей: оптимизация объектов и методов мотивации персонала и оптимизация управленческого решения по достижению целей мотивации.

Методы побуждения как методы и способы управления можно подразделить на основной и вспомогательные (обеспечивающие). К основному методу побуждения относится экономическое стимулирование персонала в достижении конечных целей системы управления. Направления экономического стимулирования – максимальное удовлетворение физиологических потребностей персонала, обеспечение его комплексной безопасности, удовлетворение духовных и социальных потребностей.

Экономическое стимулирование персонала (населения) может обеспечиваться только через комплексное развитие всего общества. Нельзя говорить

о развитии личности, если общество нищее. Нельзя быть богатым (в широком смысле этого слова, а не только в финансовом отношении) в нищей стране. Поэтому экономическое стимулирование повышения качества и эффективности работы путем использования инструментов мотивации и оптимизации ради гармонизации отношений личности и общества в целом является ключевым моментом методов побуждения.

Чтобы эффективно управлять людьми, необходимо хорошо их знать. Человек – чрезвычайно сложная, постоянно изменяющаяся система. Руководитель должен быть по долгу службы грамотным и всесторонне образованным человеком. Легче приказать или экономически стимулировать, чем убеждать. Методы убеждения применяются к объектам управления с высокой степенью свободы, что делает задачу еще более трудной.

Чтобы увидеть и оценить процесс развития человека и многообразную взаимосвязь между доходом и его благосостоянием, экономическая наука и практика стали выделять нематериальные активы и человеческий капитал. В современной литературе чаще стали использовать такое понятие как «человеческий потенциал». «Человеческий потенциал, – как отмечал в своей работе [2] К.К. Колин, – совокупность возможностей отдельных лиц, общества, государства в области использования людских ресурсов, которые могут быть приведены в действие и использованы для решения определенных задач и поставленных целей». Цели и смысл общественного развития, а в частности развития человека, состоят в расширении возможностей каждого человека реализовать свои устремления, ве-

сти здоровую, полноценную, творческую жизнь. Человек рассматривается не только как фактор социального развития, но и как главный субъект, пользующийся его результатами. А это возможно при условии, что человек имеет достаточный доход, хорошее образование, здоровье и живет в демократической стране.

Отчеты ООН по «Состоянию развития человека» публикуются каждый год, в них приводятся показатели (индексы развития человеческого потенциала): 1) продолжительность жизни; 2) достигнутый уровень образования; 3) уровень жизни. По этим показателям мы можем оценить трехмерную модель развития человека. Показатель продолжительности жизни измеряется показателем средней ожидаемой продолжительности жизни при рождении. Получение образования измеряется уровнем грамотности взрослого населения и охвата населения начальным, средним и высшим образованием, а уровень жизни – показателем дохода по паритету покупательной способности. Конечно, индекс развития человеческого потенциала не является всеобъемлющим показателем состояния развития человека, но он позволяет проанализировать процесс развития человека в данной стране. Кроме того, индекс объективно показывает, насколько в стране созданы условия для превращения потенциальных возможностей ее граждан в человеческий капитал, т.е. условия капитализации человеческого потенциала. В настоящее время индекс развития человеческого потенциала в России свидетельствует о значительном разрыве между нашей страной и ведущими странами мира по уровню благосостояния и жизненных возможностей граждан. Наш рей-

тинг стал падать с 90-х годов из-за сокращения ВВП и повышения смертности населения. Сейчас показатели постепенно растут, но конкуренты тоже не стояли на месте. По индексу достигнутого уровня образования в целом наша страна в третьем десятке (это наша самая высокая позиция из трех составляющих индекса), а 50 лет назад была в первом. Образовательный потенциал России сохранился лучше, чем другие социальные институты, хотя и снизился по отношению к другим мировым державам. Показатель уровня образованности России еще достаточно высок, однако она постепенно теряет позиции по этому показателю, что связано с более быстрым ростом у стран-конкурентов доли студентов в общей численности населения.

В годы Второй мировой войны в Японии было уничтожено 30% промышленного потенциала. Но ее правительство и народ в числе главных послевоенных приоритетов назвали образование. Не прошло и 15 лет, как мир заговорил о японском экономическом чуде. Впервые в мире в Японии разработана концепция всеобщего высшего образования. В настоящее время процент учащихся, продолжающих образование в вузах, приближается к 100.

Вслед за Японией многие страны приняли государственную программу перехода ко всеобщему высшему образованию, потому что это «императив выживания» для всего человечества.

Еще в 1990 г. Министерство просвещения США разработало программу «Национальные цели просвещения», в которой провозглашается, что образование является основным показателем качества жизни, сердцевинной экономического могущества и безопасно-

сти, ключом обеспечения конкурентоспособности страны. В «Стратегии национальной безопасности США» есть раздел: «Повышение качества образования и обучения кадров».

Очень большое внимание развитию образования уделяется в Корее, Китае, Франции, Швеции, Германии и других странах.

В связи с вышеизложенным актуальными становятся две проблемы: оценка эффективности работы высших учебных заведений и оценка качества высшего образования.

Как известно, любой процесс производства товара или услуги характеризуется эффективностью своей деятельности, которая определяется как отношение эффекта (результата) к финансовым затратам, расходам, обеспечивающим его получение. Однако такое понимание эффективности далеко не всегда приемлемо для оценки системы образования, результаты функционирования которой могут быть отсрочены и проявятся через значительное время.

На сегодняшний день мировая практика применяет различные подходы к оценке эффективности работы вузов: репутационный, результативный и общий.

Репутационный подход использует механизм экспертизы для оценки степени эффективности образовательных профессиональных программ, а также в целом и учебных заведений. Результативный основан на измерении показателей деятельности вузов. Общий подход основан на управлении качеством образования. Система высшего образования России применяет результативный подход оценки эффективности работы вузов, в то время как за рубежом установлен репутационный подход.

Первоначально за рубежом также использовались количественные показатели, которые позволяли легко и сравнительно просто оценивать работу различных университетов. Однако на определенном этапе использование количественных показателей эффективности стало нецелесообразным. И было принято решение связывать эффективность полученного образования с его качеством, соответствием потребностям рынка труда и государства. Эти потребности и запросы определяются социально-экономическими факторами и характеризуются постоянной динамикой.

Если в России наравне с количественными показателями эффективности работы вуза применить опыт зарубежных стран (качественные показатели), то это позволит получить более адекватную информацию о проделанной работе, а это в свою очередь даст повод для совершенствования учебных программ и для привлечения заинтересованности студентов в получении более качественного образования. И здесь встает проблема экономической категории «качество высшего образования».

Для индивидуальной оценки потребителем качества образования, измеряемого величиной приобретаемого им человеческого капитала, можно использовать подходы и методы экономической оценки инвестиций, основанные на теории дисконтированного денежного потока. В частности, ценность человеческого капитала может быть определена как чистая дисконтированная ценность инвестиционного проекта, который состоит в получении образования и использовании его результатов в течение трудовой жизни [3, 6]. Для общественной оценки каче-

ства образования можно использовать подходы профессиональной оценки бизнеса, недвижимости, объектов интеллектуальной собственности [6].

Существуют подходы, позволяющие получить оценки качества образования в сформулированной категории, согласно которой:

- качество образования для индивида представляет собой экономическую ценность этого блага как для него – потребителя;
- качество образования для общества представляет собой его экономическую ценность для общества и определяется равновесной ценой этого блага на конкурентном рынке.

В настоящее время используются два основных подхода к оценке качества высшего образования. Первый называют «гарантия качества», «аккредитация», второй подход включает системы рейтингов учебных заведений [6].

Но только один подход только в одном рейтинге – рейтинге ведущих вузов прямо может быть связан с экономическими представлениями о качестве высшего образования. И этот рейтинг должен строиться на основе единственного показателя – заработной плате выпускников в первый год работы.

Наиболее продуктивно сформулированная категория в экономике развитых и развивающихся стран может быть использована для оценки качества высшего профессионального образования. Это обусловлено постиндустриальной природой современных экономических систем.

Проявление эффекта наделяния индивидуума человеческим капиталом, позволяющим получать доход на него в форме увеличения заработной платы, очевидно, наиболее присущ высшему профессиональному образованию, ко-

торое обеспечивает подготовку высококвалифицированных специалистов.

Но на основе сформулированной категории качества высшего образо-

вания можно дать лишь простейшую приближенную оценку качества образования занятых в экономике лиц с высшим образованием.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалев А.Г. Психология личности. М.: Просвещение, 1970. С. 295–298.
2. Колин К.К. Философия информации и структура реальности: концепция «четырёх миров» // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 2. С. 136–147.
3. Маршал А. Основы экономической науки. М.: Эксмо, 2008.
4. Райзберг Б.А. Курс экономики. М.: Инфра-М, 1997. 720 с.
5. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ.; науч. ред. Я.Н. Засурский. М.: Мысль, 1980.
6. Юшер А. Основные тенденции в развитии высшего образования в европейском регионе. Экономика образования: невыполненные обещания // Экономика образования. 2009. № 6. С. 108–120.

УДК 338.487:659.1

К.Р. КОБЛЕВ

## РЕБРЕНДИНГ – ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ МОСКВЫ КАК СОВРЕМЕННОГО МЕГАПОЛИСА

*Раскрываются подходы к ребрендингу как инструменту продвижения туристских дестинаций. Данная проблема рассматривается автором на примере дестинации Москвы как «сити-туризма». Создание нового бренда Москвы реализуется через креативные проекты, новые турпродукты, масштабную рекламу и создание новых возможностей для туристов.*

*Ключевые слова:* туристская дестинация, маркетинг туристской дестинации, ребрендинг, туристский брендинг.

*The article views the instrumental approaches to re-branding as a way to promote tourist destinations. The problematic in the article touches the creation of a new brand of Moscow city and its realization through multiply creative projects, mass advertisement campaign and creation of new tourist products.*

*Key words:* tourist destination, marketing of tourist destination, re-branding, tourism branding.

Брендинг, включающий ребрендинг как свою неотъемлемую часть в условиях динамичного развития международного туризма, дальнейшего ужесточения конкуренции, заметной диверсифи-

кации туристских мотиваций, расширения сегментации туристского рынка, является важнейшим инструментом туристского маркетинга. Туристский брендинг состоит в продвижении уникального бренда страны, региона, мегаполиса и достижении конкурентных

преимуществ дестинации в определенных сегментах туристского рынка через формирование у потребителей положительных ассоциаций, вызываемых брендом. Сегодня в туризме, как и во многих других сферах, отмечается переход от традиционной «классической» экономики к экономике символов и брендов. Разрабатываются управленческие стратегии по укреплению брендов, так как сильный узнаваемый бренд напрямую определяет емкость целевого рынка. Международный имидж страны или города, сформировавшийся или формирующийся как бренд туристской дестинации, решающим образом влияет на уровень спроса.

Ребрендинг представляет собой качественно новый этап брендинга, состоящий в полном или частичном изменении, обновлении, оживлении, адаптации существующего бренда под новые рыночные условия, а в случае дестинационного ребрендинга – в формировании нового, «свежего» образа туристской дестинации на рынке международного туризма. Ребрендинг особенно важен в тех случаях, когда в прежнем бренде слабые стороны оказались «сильнее» сильных сторон, когда в силу ряда причин бренд потерял привлекательность на рынке, начал в глазах потребителей ассоциироваться с негативными факторами развития дестинации, стал неконкурентоспособным в новой рыночной среде.

Международные эксперты отмечают, что на мировом туристском рынке бренд «Москва» практически всегда сливается с брендом «Россия», и не всегда это положительно влияет на привлекательность и востребованность Москвы. Еще несколько лет назад специалисты отмечали потребность в современном брендинге Рос-

сии и Москвы. «Необходимы существенные объемы инвестирования для разработки и продвижения бренда “Россия”, который подчеркнет богатую культурную и природную привлекательность страны» [1, с. 8]. Сегодня эксперты указывают на необходимость кардинального ребрендинга, посредством которого важно показать «свежий» образ Москвы как современного мегаполиса и дестинации «сити-туризма» мирового уровня.

Москва всегда привлекала внимание туристов своими уникальными культурно-историческими ресурсами и широкими возможностями организации самых разных видов туризма: культурно-познавательного, образовательного, спортивного, духовно-просветительского, событийного, специализированного, а также делового, включая МICE-туризм. Однако угрозы Москвы как туристской дестинации мирового значения зачастую перекрывали ее возможности.

В настоящее время Москва, в том числе в силу своего геополитического статуса, развивается стремительными темпами во всех сферах экономики и производства. В контексте развития Москвы как города-мегаполиса с почти 12-миллионным населением (достигающим за счет ежедневных трудовых миграций в столицу жителей Подмосковья и ближайших городов, прибывший экскурсантов, туристов и прочих посетителей 20 млн человек) туризм не является исключением.

По данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, въездной туризм в Москве за 10 лет вырос в 2 раза (с 2,5 млн прибытий в 2003 г. до 5 млн прибытий в 2012 г.) [2]. Как подчеркивает председатель Комитета С.П. Шпилько, «при сохра-

нении существующей динамики прироста турпотока к концу 2016 г. можно прогнозировать увеличение числа международных прибытий в Москву до семи миллионов человек» [3, с. 3].

Основными зарубежными рынками въездного туризма для туристической индустрии Москвы являются сегодня Германия, Китай, США, Франция, Италия, Турция, причем самым быстро растущим рынком стал по результатам 2012 г. Китай, рост доли которого составил +43% (он переместился с 4-й позиции рейтинга на 2-ю) [3, с. 3].

Далеко не каждая туристская дестинация класса «сити-туризм» может предложить такой широкий спектр туристских услуг, как Москва. Однако при всей своей attractiveness Москва привлекает туристские потоки в разы меньше, чем другие европейские дестинации «сити-туризма». Основными проблемами в числе прочих специалисты называли ограниченный спектр туристских услуг европейского уровня, отсутствие гостиниц туристского класса (3 звезды), несоответствие цены и качества, устаревшую материальную базу средств размещения и транспорта, слабо развитую инфраструктуру, низкое качество дорог, отсутствие подготовленных кадров, владеющих иностранными языками, недостаточную рекламу и продвижение России за пределами страны и другие.

Часть вышеобозначенных проблем сегодня удалось решить, что позволило увеличить потоки туристов, но не на желаемый уровень. При том, что теперь возможности Москвы способны удовлетворить запросы туристов любого класса, сохраняется проблема недостаточной информированности иностранных граждан о туристском потенциале Москвы.

Кроме того, имеется еще одна причина, по которой туристы склонны отказываться от посещения Москвы как туристской дестинации. Это проблема безопасности. Согласно исследованию, проведенному Институтом социального маркетинга (Инсомар), иностранные туристы имеют ряд опасений, связанных с путешествием в столицу России. Среди них – проблемы, вызванные таксистами-частниками, ворами-карманниками и националистами. Однако следует отметить, что в Москве созданы крупные таксопарки от экономического до VIP-класса, предлагающие широкий спектр услуг. Многие отели открывают собственные таксопарки для обеспечения наибольшего комфорта своих постояльцев.

Еще одна проблема – это недостаток общественных туалетов и указателей на английском языке. Указатели на двух языках (русском и английском) уже установлены в центре Москвы, но проблема с туалетами остается все такой же острой. Иностранцев «голубые кабинки» пугают своей антисанитарией. Решением этой деликатной, но важнейшей проблемы должна стать постройка общественных туалетов европейского класса, предусматривающих также их использование людьми с ограниченными возможностями, что станет важным шагом к созданию в Москве безбарьерной среды как для туристов, так и для жителей мегаполиса. Пример такого туалета – в Александровском саду Москвы.

Серьезная проблема – неприветливое, недружелюбное поведение по отношению к посетителям персонала в форме. Прежде всего, это охранники и смотрители учреждений культуры. Иностранные туристы привыкли к приветливости, доброжелательности

и вежливости со стороны служащих учреждений и предприятий культуры. Этими качествами работники наших музеев и галерей, к сожалению, не отличаются. Решением данной проблемы могут стать тренинги и мастер-классы, направленные на формирование навыков межкультурного общения с посетителями культурных объектов, а также опросы иностранных гостей (опросники могут, например, располагаться на самих входных билетах, и посетитель может написать отзыв или заполнить анкету-опросник о качестве обслуживания непосредственно в самом объекте, в результате будет обеспечиваться обратная связь с клиентом).

Очень серьезная проблема – языковой барьер. Как и прежде, сохраняется проблема недостаточного владения туристским персоналом иностранными языками. Жители Москвы также отличаются от граждан других европейских столиц неумением общаться с иностранными гостями хотя бы на английском языке. Этот факт создает дополнительную напряженность и ощущение небезопасности пребывания в среде, где преобладающее большинство населения не способно понять иностранных туристов и информационно помочь им.

Многие проблемы Москвы как дестинации «сити-туризма» решаются не так быстро, как хотелось бы. Так, проведенное Инсомар несколько месяцев назад исследование по заказу Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, в ходе которого было опрошено более 2 тыс. российских и иностранных туристов, показало, что 37% туристов считают, что цена туров в Москву завышена, 7% туристов недовольны качеством перевозки в городе (туристы жаловались на отсут-

ствии парковок у туробъектов и плохое качество туристских автобусов), 8% респондентов заявили, что они недовольны гостиничным обслуживанием в городе. Туристы жаловались на длительное заселение и выписку из гостиниц, отсутствие бесплатного Wi-Fi, недостаточное знание иностранного языка персоналом, отсутствие разнообразия в питании, а также надписей и вывесок на латинице [4].

Тем не менее, Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы предпринимаются заметные усилия по исправлению ситуации и ребрендингу московского мегаполиса как дестинации «сити-туризма» XXI века или, как указывает С.П. Шпилько, по «новому открытию Москвы».

В комплексе мероприятий, которые должны поставить Москву вровень с другими мегаполисами мира: информатизация города, включая обеспечение Москвы туристско-информационными центрами, формирование системы мультязычной туристской навигации; создание проекта «города в городе»; расширение территории пешеходных зон; перепрофилирование первых этажей зданий в центре в кафе, рестораны, магазины взамен офисов.

Сверхзадачей в контексте ребрендинга Москвы С.П. Шпилько называет создание условий, чтобы современный турист мог совершить «новое географическое открытие Москвы на туристской карте мира и самой России, а также ввести поездки в Москву в моду» [3, с. 4].

Особый акцент в русле ребрендинга будет сделан на самом модном направлении туризма – событийном, в частности фестивальном туризме на базе музея-заповедника «Коломенское», где будут проводиться фестивали исторических реконструкций.

Будет активизирована рекламно-информационная деятельность по продвижению Москвы как дестинации «сити-туризма» на зарубежных рынках. Уже сегодня, как обращает внимание С.П. Шпилько, активизация рекламы Москвы на международных туристских рынках находит свое отражение в маркетинговых планах зарубежных компаний, в частности запущен новый рейс «Лондон – Москва». Преимущество новой услуги для пассажиров – выход на эту линию крупнейшего мирового авиадискаунтера «easyJet». Компания планирует выполнять 14 рейсов в неделю на самолете А320. В перспективных планах перевозчика – открытие воздушных линий в пять российских городов, в том числе из Эдинбурга и Манчестера. По мнению экспертов, велика вероятность, что произойдет всплеск объемов туристского оборота между Россией и Великобританией, что в свою очередь увеличит количество рейсов авиакомпаний и связанных авиалиниями городов двух стран.

Реализуются совместные проекты Москвы с крупнейшими мировыми туристскими брендами, и в первую очередь с компаниями TUI и Thomas Cook. Содержательно проекты направлены на масштабную рекламу Москвы в зарубежных агентствах, например: включают рекламу Москвы на лице-

вой обложке каталога Thomas Cook, в витринах агентств, демонстрацию роликов покупателям туров и другие виды рекламной поддержки туров в Москву в местах продаж за рубежом. Все это станет эффективным инструментом привлечения туристских потоков в Москву.

Самое главное в ребрендинге мегаполиса – это новая туристская «продуктовая линейка» Москвы. Она включает сегодня различные креативные проекты, способствующие новому восприятию Москвы как дестинации «сити-туризма». С прошлого года продвигается бренд Moscow Fresh. Под этим брендом выведены на рынок бесплатные фри-туры, квест-туры, экскурсионные программы на сегвеях, театрализованные экскурсии, караванинг-туры, международный сетевой интернет-проект взаимных поездок CouchSurfing, экскурсионный маршрут по историческому центру Москвы на двухэтажных автобусах «Сити-Тур» с использованием одного билета в течение одного дня (пассажир может выходить из автобуса и возвращаться на любой остановке маршрута) [3, с. 5]. В планах Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы и другие мероприятия в рамках ребрендинга российского мегаполиса, способные изменить имидж Москвы на зарубежных целевых рынках.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. World Travel and Tourism Council. Российская Федерация. Влияние туризма и путешествий на рынок труда и экономику. WTTC, 2006.

2. Аналитические материалы по развитию туристического и гостиничного рынка. URL: [http://moscomtour.mos.ru/statistika\\_i\\_anali-](http://moscomtour.mos.ru/statistika_i_anali-)

[tika/analiticheskie\\_materialy\\_po\\_razvitiyu\\_turisticheskogo\\_i\\_gostinichnogo\\_rynka/](http://moscomtour.mos.ru/statistika_i_analiticheskie_materialy_po_razvitiyu_turisticheskogo_i_gostinichnogo_rynka/)

3. Туристическая Москва: вид сверху // Турбизнес. 2012. № 16.

4. URL: <http://salutations.ru/news/boletreti-turistov-nedovolny-cenoi-i-kachestvom-turov-v-moskvu> (дата обращения: 21.11.2012).

П.Ф. КУБРУШКО, Л.И. НАЗАРОВА

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

*Авторы рассматривают актуальные проблемы профессионально-педагогического образования, связанные прежде всего с теоретико-методологическим осмыслением данного вида образования и обоснованием организационно-управленческих решений по его реформированию.*

*Ключевые слова: профессионально-педагогическое образование, педагог профессионального обучения.*

*Authors reviews the most actual problems in professional pedagogic education, related to theoretical and methodological basis of such education and certificates multiple solutions to reform the way it functions.*

*Key words: professional pedagogic education, professional education tutor.*

В ходе реформирования российской системы образования, в том числе профессионального образования, возникает множество противоречий, проблем, нерешенных вопросов, требующих безотлагательного рассмотрения, с одной стороны, с учетом современных потребностей общества в подготовке высококвалифицированных кадров для производства, науки, образования, бизнеса и, с другой стороны, с опорой на проверенные временем традиционные научные подходы и накопленный опыт в области профессионального образования. В настоящей статье мы акцентируем внимание на актуальных проблемах, возникающих в последнее время в системе профессионально-педагогического образования (ППО), история которого уходит корнями в XIX век [3, 4].

Значение данного вида образования трудно переоценить, оно, пожалуй, соизмеримо с тем значением, которое имеет производство средств производства для экономики. Действительно, без системно организованного процесса подготовки преподавателей для образовательных учреждений профессионального образования невозможно обеспечить качественную подготовку квалифицированных кадров для экономики страны.

На начальных этапах становления и развития системы профессионального образования для преподавания специальных отраслевых дисциплин в профессиональных учебных заведениях привлекались специалисты с соответствующим отраслевым образованием. Педагогическая подготовка таких преподавателей осуществлялась на рабочем месте путем накопления личного опыта педагогической деятельно-

сти, анализа и интериоризации опыта коллег. Изменение характера профессионального образования со временем привело к необходимости организации подготовки специальных педагогических кадров (педагогов профессионального обучения). Таким образом, в результате достаточно длительной эволюции в нашей стране сложилась система профессионально-педагогического образования, обеспечивающая подготовку педагогов профессионального обучения.

История становления данного вида профессионального образования свидетельствует о том, что в разные периоды использовались различные термины для его обозначения: «специальное педагогическое» (в 1920–1930-е гг.) – уже на первых этапах становления нового вида профессионального образования важно было подчеркнуть, что речь идет о специальных педагогических кадрах, содержание подготовки которых принципиально отличается от школьных учителей (педагогических кадров для системы общего образования), подготавливаемых педагогическими образовательными учреждениями (педагогическими институтами и училищами); в связи с происходящими стремительными изменениями прежде всего в технике и технологии производства специальное педагогическое образование было переименовано в инженерно-педагогическое (в 1960–1980-гг.), а затем в профессионально-педагогическое (с 1990-х гг. по настоящее время).

Инженерно-педагогическим этот вид образования назывался по очевидной причине: именно для инженеров, приходящих на работу в техникумы и училища, была организована педагогическая подготовка на педагогических от-

делениях в соответствующих профильных (техничко-технологических) вузах. По мере развития системы педагогической подготовки преподавателей для образовательных учреждений начального и среднего профессионального образования различной направленности, наряду с инженерами-педагогами, появились агрономы-, экономисты-, дизайнеры-педагоги и др.

К началу 1990-х гг. существующее наименование системы «инженерно-педагогическое образование» уже не соответствовало сложившейся номенклатуре отраслевых разновидностей педагогов профессионального обучения (не охватывало все профили педагогов), в связи с чем оно и было переименовано в профессионально-педагогическое. В значительной степени именно такое новое название было обусловлено тем, что в то время в профессиональном образовании уже традиционно использовалось понятие «профессионально-техническое образование» как система подготовки квалифицированных рабочих, которая как раз и является основной сферой профессионально-педагогической деятельности педагогов профессионального обучения.

В 1970–1980 гг. инженерно-педагогическое образование получило существенное развитие в связи с заказом Госпрофобра на подготовку педагогов для системы профессионально-технического образования (хотя, как известно, система ПТО обеспечивала подготовку кадров не только технического профиля, но также и поваров, парикмахеров и т.д., т.е. в определенной степени такое название системы было условным). На этом фоне для системы подготовки специальных педагогических кадров (педагогов

профессионального обучения) сочли возможным принять новое название – профессионально-педагогическое образование. При этом отмечалось, что новое название не претендует на абсолютную терминологическую точность в отражении сущности данного вида профессионального образования и в определенной степени его можно считать условным. Однако следует признать, что из всех широко обсуждавшихся в то время определений «профессионально-педагогическое образование» было самым приемлемым.

С течением времени термин «профессионально-педагогическое образование» все шире используется в научно-педагогическом обиходе (в том числе и по причине развития самой системы профессионально-педагогического образования). Однако в итоге (как будто вопреки логике) это привело к путанице и подмене понятий, возникли существенные терминологические разночтения. Дело в том, что наряду с термином «профессионально-педагогическое образование» на практике и в различных публикациях стал достаточно часто употребляться другой термин – «профессиональное педагогическое образование» (без дефиса), который тоже имеет право на жизнь, хотя его можно (по определению) признать несколько избыточным для обозначения педагогического образования как системы подготовки педагогов в педагогических вузах и колледжах (учителей для общеобразовательной школы и т.п.). Внешне незначительное визуальное отличие двух разных понятий обуславливает рассеянную неточность их восприятия, что в итоге приводит к масштабной и опасной путанице. Ряд авторов отождествляют эти понятия, другие, не имея до-

статочной ориентировочной основы, ничего не зная об особенностях ППО, попросту не выделяют его как особый вид образования. Все это на практике приводит к ненужным спорам, например о возможности подготовки педагогов профессионального обучения в педагогических вузах и т.п., обуславливает недостаточную координацию научных исследований в рамках полнокомпонентной системы ППО, а иногда и некорректное представление научных результатов (их неверную экстраполяцию).

Таким образом, в сложившейся ситуации актуальной проблемой становится терминологическое нормирование сферы подготовки педагогов профессионального обучения на основе теории профессионально-педагогического образования.

Решение обозначенной выше актуальной проблемы терминологического характера имеет большое значение для развития профессионально-педагогического образования. Однако еще опаснее, на наш взгляд, другая тенденция, обозначившаяся в последнее время в связи с проведением мониторингов образовательных учреждений. Одним из критериев положительной оценки деятельности вуза является показатель профильности, который характеризует соответствие реализуемых направлений подготовки профилю вуза (сельскохозяйственный, медицинский, железнодорожного транспорта и т.д.). Проблема состоит в том, что, поскольку в соответствии с классификатором профессионально-педагогическое образование относится к группе «Образование и педагогические науки», оно рассматривается как педагогическое без учета его отраслевой специфики. При таком подходе по-

лучается, что для подготовки педагогов профессионального обучения у нас в стране имеется только один профильный вуз – Российский государственный профессионально-педагогический университет (РГППУ) в городе Екатеринбурге. Подготовка педагогов профессионального обучения в стране сегодня осуществляют порядка 120 отраслевых вузов. При объявленном подходе к определению профильности все они автоматически относятся к непрофильным (со всеми вытекающими отсюда последствиями).

Вузы (особенно это касается ведомственных) стремятся повысить показатель профильности путем избавления от «непрофильных» студентов (просто объявленных таковыми без рассмотрения вопроса по существу, лишь на основании внешних формальных признаков) – это с одной стороны. А с другой – вузам, которые все-таки несмотря ни на что просят выдать государственный заказ на подготовку, Министерство образования и науки Российской Федерации, руководствуясь благими намерениями повышения качества выпускаемых специалистов, урезает запрашиваемые контрольные цифры приема в связи с тем, что непрофильный для специалистов данного направления вуз не может обеспечить необходимое качество их подготовки. Сегодня такая логика приводит к стагнации системы профессионально-педагогического образования с перспективой ее дальнейшего разрушения.

Таким образом, непродуманность и необоснованность системы показателей различных мониторингов, которым подвергаются образовательные учреждения в последние годы, также представляет собой отдельную серьезную проблему, поскольку

последствия бюрократических ошибок могут быть катастрофическими (в данном конкретном случае – для профессионально-педагогического образования). Например, в системе Министерства сельского хозяйства Российской Федерации подготовку педагогов профессионального обучения еще совсем недавно вели 20 сельскохозяйственных вузов. В последние годы их число сократилось в два раза. Набор студентов (суммарный контингент) также сокращается, т.е., по существу, система уничтожается.

Одним из деструктивных факторов, обуславливающих актуальные проблемы системы ППО, является умышленное искажение или недопонимание сущности профессионально-педагогического образования и условий, обеспечивающих возможности эффективной и качественной подготовки педагогов профессионального обучения. В частности, например, периодически возникает вопрос о возможности подготовки педагогов профессионального обучения в педагогических вузах. Но почему он возникает? Ведь совершенно очевидно, что обеспечить качество подготовки, скажем, агроинженера-педагога в педвузе невозможно по объективной причине: более 50% содержания обучения агроинженера-педагога – это отраслевая технико-технологическая подготовка. Для ее реализации нужны соответствующие технические и технологические кафедры, профессорско-преподавательский состав, учебная и научно-исследовательская материальная база, научные школы и т.д., чего по определению не может быть в педвузе (или в противном случае это не педвуз!). К сожалению, такие вопросы (можно сказать, абсурдные) не про-

сто возникают, но известны случаи их «положительного» решения. Например, госзаказ на подготовку педагогов профессионального обучения агроинженерного профиля (агроинженеров-педагогов) достаточно длительное время размещался в Коломенском пединституте.

Периодически также выдвигаются предложения об организации на базе педвузов подготовки педагогов профессионального обучения по аддитивной схеме (ступенчато), на базе высшего отраслевого образования. Да, в этом случае базовая отраслевая подготовка не столь значительна (как для схемы моноспециалиста), однако педагогическая составляющая по-прежнему остается профессионально направленной и не может быть реализована педвузовскими преподавателями, не знающими предметной области подготовки педагога профессионального обучения. С целью предотвращения подобных заблуждений при решении организационных вопросов подготовки педагогов профессионального обучения важно помнить, что, поскольку педагог профессиональной школы, помимо подготовленности к педагогической деятельности, является специалистом соответствующей отрасли производства, система профессионально-педагогического образования интегрирует в себе педагогическую и профессиональную (специальную отраслевую) составляющие [2]. Профессионально-педагогическое образование имеет принципиальные отличия как от классического педагогического образования, так и от традиционного профессионального (отраслевого).

Одной из проблем, сдерживающих совершенствование системы ППО в

современных условиях, является ее организационная незавершенность как совокупности составляющих, обеспечивающих подготовку преподавателей для профессиональных образовательных учреждений разного уровня (начальное, среднее, высшее, научное, дополнительное и повышение квалификации). На практике это обуславливает некоторый разнородность: разные общественно-государственные объединения, группы специалистов и управленцев разобщенно занимаются вопросами педагогического образования преподавателей для образовательных учреждений разного уровня, что в целом снижает эффективность этой работы. Концепция полнокомпонентной [1] системы профессионально-педагогического образования, будучи научно обоснованной и признанной в теории ППО, в настоящее время остается, в сущности, не реализованной на практике.

Новые вопросы, связанные с подготовкой кадров в системе профессионально-педагогического образования, появляются в связи с реализацией нового Закона Российской Федерации «Об образовании». В частности, ликвидация системы профтехобразования и новые функции СПО по подготовке квалифицированных рабочих обуславливают необходимость поуровневого построения содержания обучения внутри СПО. Введение прикладного бакалавриата также должно найти отражение в содержании образовательной программы подготовки педагогов. Введение третьего уровня высшего образования вместо традиционной аспирантуры оставляет открытыми вопросы содержания научного руководства и педагогической подготовки научных руководителей.

Таким образом, в современных условиях перед научно-педагогическим сообществом системы ППО стоит множество актуальных задач, требующих незамедлительного решения: это и взвешенная объективная обоснованность управленческих воздействий, и теоретико-методологические вопросы, и проблемы организационного характера и др. Безусловно, для того чтобы система профессионально-

педагогического образования развивалась, она должна опираться на государство и общество, она остро нуждается в проведении системных научных исследований проблем ППО и осуществлении инновационных преобразований с учетом накопленного положительного опыта и вековых традиций подготовки педагогов профессионального обучения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрушко П.Ф. *Содержание профессионально-педагогического образования: монография.* М.: Гардарики, 2006. 207 с.
2. *Профессиональная педагогика: учебник для студентов, обучающихся по педагогическим специальностям и направлениям / науч. ред. С.Я. Батъшев.* М.: Ассоциация «Профессиональное образование», 1997. 512 с.
3. Тенчурина Л.З. *Подготовка и повышение квалификации профессионально-педагогических кадров в России (1920–1990): учеб. пособие.* М.: Высш. шк., 2000. 228 с.
4. Тенчурина Л.З. *Уроки истории развития профессионально-педагогического образования (последняя треть XIX в. – начало 90-х гг. XX в.) // Образование и наука. 2004. № 3 (27). С. 121–133.*

УДК 37.013

Е.Е. БУХТЕЕВА, В.А. КАЛЬНЕЙ

## АВТОНОМНЫЙ ПОДХОД В ПЕДАГОГИКЕ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

*На основании анализа понятия «методологический подход» авторы разрабатывают концепцию автономного подхода. Автономный подход, формирующийся на основе системного подхода, представляет собой синтез личностно-ориентированного, деятельностного, культурологического и компетентностного подходов.*

*Ключевые слова:* методология, методологический подход, автономный подход, полиподход, цели, принципы, методы.

*Authors develop the conception of autonomous approach to the analysis of an education methodology. Such approach is based on synthesis of persona-oriented, activity, culturological, and penitential approaches, that exist in modern educational science.*

*Key words:* methodology, methodological approach, autonomous approach, purpose, principals, methods.

Современное образование центрируется на учащемся как субъекте образовательного процесса. Новейшие технологии и подходы рассматривают учащегося как личность, активно участвующую в образовательном процессе с целью собственного личностного и профессионального роста. Основной личностного роста является желание и стремление учащегося научиться самому управлять своей собственной учебно-познавательной деятельностью с тем, чтобы в дальнейшей профессиональной деятельности быть высокообразованным специалистом, быть готовым и уметь повышать свой интеллектуальный уровень для личностного и профессионального роста. Одним из эффективных методологических подходов, способствующих реализации и достижению целей современного образования – формирование компетентной личности, – является автономный подход.

Рассмотрим понятия «методология» и «методологический подход». В философском смысле методология является теорией научного познания. Она представляет собой учение о принципах построения, общих закономерностях развития, о формах и методах научного познания. Она является инструментом познания и преобразования действительности, так как содержит в себе деятельностные компоненты. Методология педагогики понимается как:

- совокупность ведущих философских и других идей, принципов и установок, процедур, которые лежат в основе исследования и преобразования педагогических явлений [1];

- учение о педагогическом знании, процессе его добывания, способах объяснения (создания концепции) и прак-

тического применения для преобразования или совершенствования системы обучения или воспитания [3];

- систему принципов и способов построения теоретической и практической деятельности, а также как учение об этой системе [5].

Методология различается по уровням в зависимости от содержания. Содержанием первого уровня являются философские знания, мировоззренческие позиции исследователя. Второй уровень – это общенаучная методология, которая включает общенаучные концепции, например системный подход, который позволяет провести системный анализ изучаемых явлений, определить этапы и элементы: гипотеза, объект, предмет, цель, задачи. Третий уровень – конкретно-научная методология позволяет конкретизировать изучаемую проблему, сформулировать принципы и определить методы исследования в рамках изучаемой научной области. Четвертый уровень представляет собой конкретную методику и технику исследования. Одной из функций методологии является преобразующая, которая направлена на совершенствование педагогической практики.

Методологический подход – это:

- совокупность (система) принципов, которые определяют общую цель и стратегию соответствующей деятельности [8];

- принципиальная методологическая ориентация исследования как точка зрения, с которой рассматривается объект изучения (способ изучения объекта), как понятие или принцип, руководящий общей стратегией исследования [2].

На основании интерпретаций данной дефиниции мы выделяем в мето-

дологическом подходе два компонента: концептуальный и деятельностный. Концептуальный компонент – это основные идеи и принципы, определяющие мировоззренческую позицию исследователя. Деятельностный компонент описывает пути, методы, процедуры, средства, реализующие концептуальный компонент.

Основная идея данного концепта заключается в том, что вся дидактическая система – цели, принципы, методы, формы, средства, взаимоотношения, условия – направлены на формирование личности, способной к автономии в учебной деятельности. Автономия – это способность осуществлять самоуправление и саморегулирование своей учебной деятельностью. Основным дидактическим условием является создание ситуации самоопределения и самоуправления. Именно учащийся берет на себя управление своей учебной деятельностью, он решает, что и как хочет изучать, берет на себя ответственность за свой выбор, принимаемые решения, их выполнение и полученный результат. При организации учебного процесса на основе автономного подхода одним из главных психологических условий является учет индивидуальной структуры качеств личности: уровень темперамента; уровень особенностей психических процессов; уровень опыта личности; уровень социальной направленности. Таким образом, цель данного подхода – формирование автономии личности в учебной деятельности. Это значит, что учащийся самостоятельно и осознанно регулирует и управляет своей учебной деятельностью: определяет цели, планирует и выполняет учебные действия, оценивает их, владеет общей культурой учебной деятельности, когнитив-

ными стратегиями, знает свои психологические особенности. Таким образом, автономный подход можно представить как «поликонцептуальный», идеи которого основываются на системном, деятельностном, личностно-ориентированном, компетентностном и культурологическом подходах.

Мы ввели компонент «культура учебной деятельности» как обязательный для формирования автономии в учебной деятельности. Анализ психолого-педагогической литературы и научных исследований в данном направлении (Ю.К. Бабанский, Е.В. Бондаревская, В.В. Давыдов, Е.Н. Кабанов-Меллер, Г. И. Щукина, В.Н. Косырев, В.Л. Крайник, В.Н. Куррилович и др.) позволил нам дополнить компонентный состав, входящий в понятие «автономии в учебной деятельности», культурой учебной деятельности, хотя данное понятие часто коррелирует с «культурой учебного труда», «культурой интеллектуального труда», «научной организацией учебного труда». В данном случае мы подразумеваем культуру чтения, конспектирования, слушания, поиск информации и ее переработку, подготовку выступлений, тайм-менеджмент, культуру гигиены.

Одной из главных задач высшей школы является подготовка компетентного специалиста. Компетентность – это мера включенности человека в деятельность, мера образовательного успеха личности, проявляющаяся в его действиях в различных ситуациях на основании сформированных у него компетенций. Компетенции, в свою очередь, являются внутренними, потенциально сокрытыми психологическими новообразованиями (знания, представления, программы действий,

системы ценностей и отношений), которые затем выявляются в компетентностях человека как актуальных, деятельностных проявлениях [4]. Как мы видим, основой компетенции является деятельностная самоорганизация.

Центральным понятием личностно-ориентированного подхода является понятие личности. В данном контексте мы хотели бы процитировать слова В.В. Серикова: «Педагогическая теория естественно стремится рассмотреть и личность как педагогический объект, т.е. как определенный вид опыта индивида, который, как и другой, может осваиваться, формироваться, включаться в содержание образования, обретать деятельностно-процессуальную форму. При этом, что особенно важно для педагогической теории образования личности, должна быть выяснена специфика личностного опыта по сравнению с опытом когнитивным, процессуальным и прочим. Только выяснив, в чем состоит специфический опыт быть личностью, мы можем вести речь о педагогических условиях становления этого опыта» [7, с. 25].

Для реализации цели учебный процесс должен строиться с учетом ряда принципов. Принципы обучения – это исходные дидактические положения, которые отражают протекание объективных законов и закономерностей процесса обучения и определяют его направленность на развитие личности [5, с. 169]. При организации процесса обучения в русле автономного подхода мы, учитывая основные общедидактические принципы, определили ряд следующих, частнодидактических:

- принцип активности – предполагает активное участие учащихся во всех этапах учебного процесса: от постановки цели до подведения резуль-

татов и оценки выполненного, постепенно переходящей в самооценку;

- принцип сознательности – предполагает осознание каждым учащимся цели обучения, они находят в ней личностный смысл, самостоятельно планируют и организуют поэтапное выполнения всех компонентов учебной деятельности: от постановки цели до самооценки;

- принцип учета индивидуально-психологических особенностей – позволит преподавателю на основе проведенных наблюдений, тестирований, бесед составить индивидуальный психологический портрет учащегося для создания дидактических условий, соответствующих его уровню;

- принцип вариативности – предполагает предоставление учащемуся возможности выбора, исходя из своих индивидуальных особенностей и предпочтений, что в свою очередь ведет к стимулированию, мотивации самообразовательной деятельности, уверенности в себе, способности к самоуправлению;

- принцип самостоятельности – предполагает постепенный переход от выполнения самостоятельных работ под руководством преподавателя к творческой инициативе, осознанию личной ответственности за принимаемые решения, проявлению своей индивидуальности, интеллектуальному росту, самооценке и к самоактуализации;

- принцип сотрудничества – предполагает, что человек как личность может реализовать себя только в социуме. Работая в группе, учащиеся учатся оказывать помощь друг другу, делиться опытом, учиться друг у друга, учиться терпимости, работать в команде, принимать ответственность за вверенный участок работы, распределенного задания.

Рассмотрим некоторые методы, соответствующие принципам автономного подхода. Методы обучения, как способы совместной деятельности учителя и учащихся, направлены на решение задач обучения, т.е. дидактических задач. Метод характеризуется тремя признаками: цель обучения, способ усвоения и характер взаимодействия субъектов. Сюда можно отнести: обучение в сотрудничестве, метод проектов, использование портфолио, игровые и рефлексивные методы, методы педагогической поддержки, проблемный метод, диагностические методы.

Рассмотрим некоторые приемы организации занятия на основе автономного подхода.

- Групповая форма работы – обучение в сотрудничестве. В основе данного метода лежит идея взаимодействия учащихся в группе, идея взаимного обучения. Учащиеся берут на себя не только индивидуальную, но и коллективную ответственность за выполнение учебной задачи, за процесс и результат. Личность формируется в коллективе.

- Для занятий в режиме учебной автономии характерно большое разнообразие заданий с учетом психологического портрета группы и каждого учащегося, что следует принципу вариативности. Краткосрочные или долгосрочные задания реализуют метод проектов. «Ориентация на создание проекта как личностного образовательного продукта делает процесс овладения предметным знанием личностно значимым для ученика, личностно мотивированным» [7, с. 265]. В основе метода проектов лежит проблемный метод. Е.С. Полат пишет, что «метод проектов – суть развивающего, личностно-ориентированного обучения» [6, с. 5].

- В качестве дидактических средств выступают не только учебный материал, но и различные стратегии и техники обучения, например, если речь идет об иностранном языке, стратегии письма, аудирования, работы с текстом. Нужно подчеркнуть, что стратегии являются не только средством освоения учебного материала, своего рода инструментарием, но и должны входить в содержание обучения в качестве его компонентов.

- Оценка должна осуществляться постоянно, постепенно переходя от оценивания преподавателем в саморефлексию, в самооценивание, что приобретает личностно значимый смысл. Портфолио является одним из методов, позволяющих проследить динамику своего учебного и личностного развития.

- При такой организации учебного процесса преподаватель выступает в качестве модератора, консультанта и также участника.

Таким образом, методологический подход позволяет нам выстраивать дидактическую систему, в которой представлена идея и формирующаяся на ее основе цель данной системы. Принципы, положенные в основу, являются отражением данного концепта и позволяют реализовать поставленную цель через соответствующие методы, формы, средства, взаимодействия участников учебного процесса. Идеи автономного подхода основываются на идеях самоактуализирующейся, деятельностной личности. Весь педагогический процесс выстраивается с учетом психологических особенностей личности и предоставления ей возможности самоопределения, самоуправления своей учебной деятельностью.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Анисимов В.В., Грохольская О.Г., Никандров Н.Д. *Общие основы педагогики: учебник для вузов.* М.: Просвещение, 2006. 574 с.
2. Блауберг И.В., Юдин Э.Г. *Становление и сущность системного подхода.* М.: Наука, 1973. 270 с.
3. Загвязинский В.И., Атаханов Р. *Методология и методы психолого-педагогического исследования: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений.* М.: Академия, 2003. 208 с.
4. Зимняя И.А. *Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. Авторская версия.* М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004.
5. Краевский В.В., Бережнова Е.В. *Методология педагогики: новый этап: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений.* М.: Академия, 2006. 400 с.
6. Полат Е.С. *Метод проектов на уроках иностранного языка // Иностранные языки в школе.* 2000. № 1.
7. Сериков В.В. *Образование и личность. Теория и практика проектирования педагогических систем.* М.: Логос, 1999. 272 с.
8. Стефанов Н. *Мультипликационный подход и эффективность.* М.: Прогресс, 1976. 251 с.
9. Кальней В.А. и др. *Структура и содержание проектной деятельности // Стандарты и мониторинг в образовании.* 2004. № 4. С. 21–26.

УДК 37.013.42

Л.Б. ШНЕЙДЕР, В.В. ХРУСТАЛЕВА

**АССОЦИАТИВНЫЙ ТЕСТ КАК ОСНОВА  
КОНСТРУИРОВАНИЯ МЕТОДИКИ ИЗУЧЕНИЯ  
СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ**

*Раскрывается одна из проблем психодиагностики. Авторы показывают возможность использования ассоциативных тестов для изучения социальной идентичности респондентов. Особое внимание уделяется процедуре разработки изучения социальной идентичности.*

*Ключевые слова: психодиагностика, ассоциативный тест, ассоцианизм, идентичность, социальная идентичность.*

*This article expands one of the problems of psychological testing. The authors research the association testing as a method to determine the social identity of a subject. The work focuses on the methodological development of social identity research process.*

*Key words: psychological testing, association test, association, identity, social identity.*

Развитие психологической науки в нашей стране и за рубежом сопровождается значительным повышением инте-

реса к проблемам психодиагностики. Современная психодиагностика фиксирует в упорядоченном виде различия между людьми и группами людей. Ее задачей в самом общем виде явля-

ется установление индивидуальной степени выраженности психических свойств и их интраиндивидуальных взаимосвязей.

Психодиагностика занимает промежуточное положение среди наук, изучающих психические явления. Она представляет собой как бы связующее звено между общей и прикладной психологией, а по отношению к используемым методам выступает в качестве общей основы, объединяющей все области их практического применения.

Цель нашего исследования заключается в необходимости обоснования возможности использования ассоциативных тестов для изучения социальной идентичности респондентов.

Мы исходили из предположения, что ассоциативная методика позволяет создать интегрированный образ актуальных характеристик испытуемого в определенной зоне реальности (профессиональной, социальной, личностной, гендерной), тем самым позволяя изучать в сконцентрированном виде идентичность, соответствующую изучаемой зоне реальности (в нашем случае – социальной).

Задачи исследования:

- разработать методику изучения социальной идентичности (МИСИ), определить ее психометрические основания;
- провести изучение социальной идентичности студентов, выявить диагностические возможности методики изучения социальной идентичности.

Методологическая база исследования: теоретико-методологический анализ философской, социологической и психолого-педагогической литературы, а также реализация принципа един-

ства сознания и деятельности, принципа детерминизма.

Методы исследования:

- аналитические;
- диагностические;
- статистические методы обработки результатов.

Практическая значимость заключается в разработке и внедрении ассоциативного теста для изучения социальной идентичности.

Организация исследования: экспериментальной базой исследования явились 90 респондентов (граждане Российской Федерации, разного пола, взятые в пропорции 1:1, возраста, статуса и образовательного уровня, все жители городов Зеленограда и Химок). Исходное исследование выполнялось в течение 2007–2008 гг., последующий сбор материала и его обработка осуществлялись в 2010–2014 гг.

Изначально обратимся к истории и основным положениям ассоциативной психологии. В научно-психологический оборот понятие об ассоциации вводится как о сравнительно простом и вместе с тем универсальном механизме формирования и приобретения опыта.

Постепенно это понятие становится центральным в понимании основных психических процессов: от ощущений до мышления. Новое, основанное на ассоциации учение получает название ассоцианизма.

Ассоцианизм в своем развитии прошел ряд этапов.

1. Выделение ассоциации как объяснительного принципа для отдельных психических явлений, прежде всего процессов припоминания.

2. Этап классического ассоцианизма, когда были созданы целостные кон-

цепции психики, которая понималась как система механических связей (ассоциаций) между психическими элементами, в качестве которых рассматривались ощущения и представления.

3. Этап экспериментального и практического ассоцианизма, который характеризуется попыткой ввести в основную концепцию фактор активности субъекта [16, с. 30–32].

Крупнейший представитель ассоцианизма XVIII в. Д. Гартли полагал, что внешнее воздействие, порождающее рефлекторный ответ, запечатлевается в виде следов памяти – ассоциаций; частое повторение соответствующего воздействия ведет к быстрому восстановлению следов по механизму ассоциации [13, с. 88–91].

Немецкие просветители Ирвинг, Абель, Маас и другие, следуя за Гартли, доказывали, что любая связь представлений выводима из ощущений и оставленных ими следов в мозгу [4, с. 70–78].

Остановимся кратко на основных положениях ассоциативной психологии.

При объяснении сложных психических процессов важны четыре фактора, определяющих ход представлений у человека:

- ассоциативное сродство – все виды ассоциаций и законы их функционирования;
- отчетливость различных вступающих в борьбу образов воспоминания (в ассоциациях по сходству);
- чувственный тон представлений;
- констелляция (сочетание) представлений, которая бывает чрезвычайно изменчивой.

Ассоциативный принцип объяснения психических явлений (в том числе и мышления), если его не абсолю-

тизировать, может играть большую роль для понимания закономерностей мышления, особенно «подсознательного», когда субъект уже не имеет непосредственного диалектического взаимодействия с содержанием проблемной ситуации [8, с. 67–70].

Следующий шаг сделаем в направлении представлений о социальной идентичности, феномен, которой конструируется и описывается по аналогии с профессиональной идентичностью [18, 21].

**Социальная идентичность** – психологическая категория, которая относится к осознанию своей принадлежности к социальной страте и определенному социальному сообществу. Социальная идентичность детерминирована общением, взаимодействием с другими и опытом социальной жизни, репрезентируется посредством речевых средств, включает отношение к себе, другим и миру в целом. Ее становление происходит через процессы идентификации-отчуждения. Социальная идентификация – это объективное и субъективное единство с семьей, группой (группами) и обществом, которое обуславливает преемственность социально-психологических характеристик (норм, ролей и статусов) личности. Тогда обратный процесс, связанный с объективным и субъективным отвержением этого единства и обособлением социально-психологических характеристик личности, есть социальное отчуждение, или обособление. Образ «Я» является способом выражения социальной идентичности.

Идентичность рассматривается нами как самореферентность (лат. referre – сообщать), сообщение – на основе переживания уникальности своего

бытия и неповторимости личностных свойств – самому себе о том, кто «Я» есть и что является «Моим», при наличии своей принадлежности социальной реальности в форме конкретных жизненных ситуаций и отношений. Тогда социальная идентичность проявляется в осознании себя представителем определенной категории людей и окружающего сообщества, определенная степень отождествления-дифференциации себя с «Миром» и «Другими», выражающаяся в когнитивно-эмоционально-поведенческих самоописаниях. Социальная идентичность обращена прежде всего в настоящее и будущее, но для нее существенными взаимосвязями обладает прошлое.

Возможно, социальная идентичность имеет разные источники формирования. Одним из них являются объективные границы социальной идентичности, которые определены нормативными и государственными документами о гражданственности.

На сегодняшний день внешние источники формирования социальной идентичности можно считать необходимыми, но не достаточными. Не менее важны внутренние источники. К ним мы отнесли:

- эмоционально-положительный фон, на котором происходило получение первичной и последующей информации о собственной гражданской принадлежности;

- положительное восприятие себя в качестве субъекта социального взаимодействия;

- эмоционально-позитивное принятие своей принадлежности к определенным группам и окружающему (семейному, дружескому, региональному и проч.) социальному сообществу;

- успешное усвоение (присвоение) прав и обязанностей, норм и правил социального бытия и общежития.

Инициирование становления социальной идентичности зависит от:

- меры ответственности, которую индивид готов на себя принять, соотношения его процессуальной и целевой активности;

- уровня личностного и «информационно-технологического» развития;

- характера выраженности и самопринятия экзистенциального, функционального и эмоционального «Я»;

- мотивационной готовности к реализации себя в сообществе подобных, к вхождению в деятельностную среду, к постоянному самоисследованию и развитию своей личности с ориентацией на просоциальные нормативы и идеалы общества.

К наиболее значимым точкам процесса становления социальной идентичности можно отнести:

- воспитание в соответствии со сложившимися традициями в семье и ближайшем окружении;

- получение информации о социально-психологических характеристиках «значимых других» и переработка этой информации;

- получение информации об особенностях различных представителей социума и ее оценивание;

- формирование социальных навыков бытия и образа социального «Я», которые, возможно, во многом зависят от эмоциональной оценки информации относительно окружающей социальной среды.

В качестве обобщенной детерминанты становления профессиональной идентичности в современных условиях можно назвать информационно

насыщенную окружающую социальную среду, из которой вычерпываются представления об объектах и субъектах окружающего социума, его идеалах и ценностях, качестве существования в нем, способах реализации себя в социальном пространстве, социальных требованиях и ожиданиях к человеку и проч. В связи с этим следует признать приоритет внешних источников развития социальной идентичности на начальном этапе его становления как социальной единицы.

Возможно возникновение ложной социальной идентичности, построенной на основе эгоцентрических амбициозных устремлений, стремления к элитарности групп общения и взаимодействия, сверхожиданий от других людей и коллективов, супероригинальности и эпатажности социального «Я». В этих случаях внутренние ресурсы социальности остаются незадействованными, весь упор сделан на внешний аспект, антураж.

Отталкиваясь от традиционных представлений о социальной идентификации и отчуждении, можно прийти к следующим формулировкам. Социальная идентификация – это объективное и субъективное (т.е. данное в переживании единство с ближним и дальним социумом), которое обуславливает преемственность социально-психологических характеристик (норм, ролей и статусов) личности. Тогда обратный процесс, связанный с объективным и субъективным отвержением этого единства и трансформацией социально-психологических характеристик личности, есть социальное отчуждение.

**Социальное отчуждение.** Причиной профессионального отчуждения

без принятия ответственности может стать негативно оцениваемое окружающее сообщество, предлагаемый им стиль жизни, его нормы, ценности и идеалы. Человек начинает демонстративно избегать его (наиболее типичных) представителей, прибегая к различным способам. Социальное отчуждение на основе принятия ответственности предполагает свободное владение социальной ролью, умение отодвигаться от личного и концентрироваться на социальной ситуации, умение сознательно и адекватно использовать свой социальный опыт в личной жизни.

Вынужденное социальное отчуждение имеет место при избегании причисления себя к низко оцениваемой социальной группе, проявляется в разнообразных формах вплоть до агрессивной враждебности. Вынужденное отчуждение осуществляется намеренно, когда люди пытаются скрыть свои высокодиагностические социальные черты. Социальное отчуждение возможно при принятии ответственности, как сознательный отход от определенной социальной группы, сообщества, отстранение от контактов с отдельными людьми.

Вынужденное самоотчуждение при неприятии ответственности является следствием неуспешной социальной идентификации. Самоотчуждение на основе принятия ответственности – произвольное – выводит на особую психологическую и этическую категорию – самотрансценденцию, ориентирующую человеческое бытие на нечто большее и высшее, что не является им самим. Произвольное самоотчуждение включает в себя возможности преодоления личностного эгоизма (в пределе – это самопожертвование).

**Социальная идентификация.** Социальная идентификация без принятия ответственности может включать подчеркнутую, возможно, вычурную «целостность» со своим сообществом. Истинная социальная идентификация возможна при осознанной интеграции в социальную группу на основе единства целей и ценностей, на основе общезначимого творческого дела или просто сопереживания. Социальная идентификация на основе принятия ответственности включает в себя лично приемлемые социальные традиции, ценности и смыслы жизнетворчества, сотрудничество и сопереживание в коллективном бытии.

Социальная идентификация определяет социальное взаимодействие и специфические формы социальных интеракций. Социальная идентификация с другими может быть наполнена «реальным добром по отношению к другим людям» (Н.С. Пряжников). В данном случае речь идет о произвольной идентификации при принятии ответственности.

Произвольная самоидентификация свойственна человеку, актуализирующему свой позитивный идеал самосуществления, реализующему свои творческие возможности, стремящемуся к самосовершенствованию личности в качестве субъекта общения и взаимодействия. Самоидентификация при принятии ответственности есть следствие достижения высших, достойных целей социального бытия. Социальная самоидентификация способствует формированию мотивационно-ценностного отношения к своей жизни и устойчивого просоциально-ориентированного образа «Я».

**Социальный образ «Я».** Обогащение социального образа «Я» в процессе социального развития тесно связано с выбором, принятием обдуманых решений, с различением своих ожиданий и реальности, соотношением социального оценивания и самооценивания и т.д. Такое развитие соответствующим образом меняет структуру социентичности, тем не менее оно сопровождается «субъективным чувством непрерывности и самождественности» по Эриксону [22].

Образ «Я» включает в себя многообразии знаний субъекта о себе разной степени осознанности, дифференцированности и обобщенности. Генетически исходной формой образа «Я» является образ самого себя, репрезентирующий целостное отношение индивида к себе.

Э. Фромм утверждает, что неустойчивая идентичность кроется не в самом себе, а вычерпывается из мнений окружающих. Когда всеобщее мнение становится довлеющим над индивидуальным «Я», отношения между людьми становятся поверхностными [15, с. 101].

Рассмотрим далее статусы идентичности [2, 18].

Под достигнутой идентичностью мы понимаем статус идентичности, которым обладает человек, сформировавший определенную совокупность лично значимых для него целей, ценностей и убеждений, переживающий их как лично значимые, обеспечивающие ему чувство направленности и осмысленности жизни. Репрезентацией достигнутой идентичности является позитивное самоотношение при положительном оценивании собственных качеств и стабильной связи с со-

циумом, а также полной координации механизмов идентификации и обособления.

Критериями позитивной (зрелой) достигнутой идентичности являются: представление о том, что личность, характер и деятельность способны вызвать в других уважение, симпатию, одобрение и понимание; ощущение ценности собственной личности и одновременно предполагаемая ценность своего «Я» для других; высокая самооценочность и энергетика, уверенность в себе при высокой внутренней напряженности; желание соответствовать идеальному представлению о себе; повышенная рефлексия, осознание своих трудностей; определенность жизненной ситуации; высокая событийность и общительность, что объясняется загруженностью жизни и озабоченностью повседневными делами; ориентация на других и их значимость.

Преждевременная идентичность дает самые высокие показатели по авторитарности и самые низкие по самостоятельности. Преждевременная идентичность возникает в тех случаях, когда человек вообще не делал независимых жизненных выборов, идентичность не осознается.

Диффузная идентичность – это статус идентичности, при котором не имеется прочных целей, ценностей и убеждений и попыток их активно сформировать. Человек с диффузной идентичностью может вступить в стадию моратория и затем перейти к зрелой идентичности. Но он может также навсегда остаться на уровне преждевременной идентичности, отказавшись от активного выбора и самоопределения, или пойти по пути диффузии.

Псевдоидентичность – стабильное отрицание своей уникальности или, напротив, ее амбициозное подчеркивание с переходом в стереотипию, а также нарушение механизмов идентификации и обособления в сторону гипертрофированности, нарушение временной связности жизни, ригидность «Я-концепции», болезненное неприятие критики в свой адрес, низкая рефлексия. В некоторых случаях псевдоидентичность можно трактовать как гиперидентичность вследствие тотального поглощения статусом, ролью, работой, другим объектом или субъектом при высоко положительном оценивании собственных качеств и нарушении доверительных, гибких связей с социумом, стремлении достичь цели любыми средствами [18, с. 43–68].

#### Процедура разработки методики изучения социальной идентичности (МИСИ)

Исходя из изложенного, для изучения социальной идентичности используется процедура, построенная на принципах прямого и цепного ассоциативного теста.

Почему выбрана именно ассоциативная процедура?

В ассоциативных исследованиях просто выявляются связи между словами (или образами, выражениями, знаками, цветами, звуками и т.п.). Поэтому инструкция ассоциативного теста может быть максимально неопределенной. Возможность неопределенных инструкций позволяет вырвать испытуемого из рамок конкретной ситуации или социальной роли (задаваемых обычно опросниками) и, таким

образом, дает возможность изучить истинные приоритеты и предпочтения, исключить влияние артефакта «заданной гипотетической ситуации», который всегда присутствует при проведении исследований методами конкретных опросов. Результаты ассоциативных исследований характеризуют существующие связи между понятиями, символами, образами и т.д. [7].

Ассоциативные методы обеспечивают объективные результаты, не зависящие от мнения руководителя теста, поддаются стандартизации и уже автоматизированы, что легко позволяет создать интегрированный образ актуальных проблем испытуемого. Разработанная нами методика позволяет проводить процедуры как сбора, так и обработки данных. Благодаря этому исследования даже очень больших выборок могут быть проведены в сжатые сроки [7].

Ассоциативный тест можно применять в блоке тестов для диагностики личности. Когда экспериментатор придает большую ценность исследованию причин определенных проблем, он позволяет создать интегрированный образ актуальных проблем человека, одновременно становятся видны имеющиеся у него стереотипные механизмы поведения [7].

Кроме того, согласно Юнгу, ассоциативный тест позволяет восполнить недостающие факты, получая некоторые сведения о бессознательных процессах [23].

**Организация и процедура исследования.** Первоначально испытуемым (10 человек, студенты Российской международной академии туризма) предъявлялись восемь слов-стимулов: «Свой», «Чужой», «Я», «Другие»,

«Свобода», «Ограничения», «Социальный», «Асоциальный»<sup>1</sup>. Этот дихотомический набор наилучшим образом отражает пространство социальной идентичности. На эти ключевые для социальной идентичности слова-стимулы каждый испытуемый записывал по 10 ассоциативных реакций. Затем уже на эти 10 слов-стимулов вновь предлагалось записать 10 любых слов, пришедших в голову.

Затем все ассоциативные реакции (первичные и вторичные) испытуемых сводились воедино. Всего получено 1120 слов-реакций, так как не на все слова испытуемые написали ассоциативные ответы.

Далее проводилась следующая обработка. Группы слов, образующие «гнездо ассоциаций», заменялись одним словом. Слова, встречающиеся по обоим стимулам, исключались, явные (откровенные) ассоциации изымались, случайные ассоциации также удалялись из общего набора. В итоге оставлены ключевые ассоциации со словами-стимулами в количестве 1088 единиц.

Количество полученных ассоциаций неодинаково, в ассоциативном поле на слова «свой», «свобода» «социальный» образовалось больше «гнезд» и больше одинаковых слов-ассоциаций: 158, 167 и 143 соответственно. По-видимому, данные слова обладают большей стереотипией в отличие от других слов. Стереотипия также обнаружила неодинаковую степень выраженности, некоторые слова (одни и те же) встречались в реакциях многих испытуемых и по нескольку раз: как на одни и те же стимулы, так и на разные.

<sup>1</sup> В сборе материала на этом этапе принимал участие студент Российской международной академии туризма С. Мороз.

Полученные результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Сопоставление слов-стимулов и полученных ассоциативных реакций**

Слова-стимулы	Слова – ассоциативные реакции
<b>Свой</b>	<b>Родной 16, понимание 15, близость 13, интересный 13, любимый 13, жизнь 13, друг 12, доверие 12, открытость 12, собственность 12, теплый 12, добрый 12, контакт, схожесть, взаимопомощь, принятие, интригующий, разнообразный, свободный, интеллектуальный, притягивающий, красивый, положительный, изначальный, совместимый, дом, цвет, лучший, заботливый</b>
<b>Чужой</b>	<b>Далекий 15, непохожий 14, закрытый, 14, интриган 13, привлекательный 12, опасный 12, незнакомый 12, другой 12, недоверие 12, интересный 12, сложный 12, ограничение, неизвестный, одинокий, тупой, ограниченный, раздражающий, злой, противный, отрицательный, враждебный, холодный, желанный, несовместимый, противоположный, недоступный, неприятный</b>
<b>Я</b>	<b>Личность 16, человек 14, умная 13, красивая 13, студент 12, хорошая 12, сильный 12, любимая 12, сумасшедшая, эмоциональная, вредная, упрямая, интересующая, очаровательная, кричащая, противный, циничный, любвеобильный, здоровый, ленивый, привлекательный, зависимый, агрессивный, миролюбивый, расточительный, высокая, стройная, жизнерадостный, индивидуальный</b>
<b>Другие</b>	<b>Разные 16, интересные 15, непохожие 13, непонятные 13, новые 13, люди 13, враги 12, банальные 12, окружающие, впечатляющие, доверчивые, посредственные, сильные, нормальные, трудолюбивые, независимые, ограниченные, вечные, неприятные, грубые, пассивные, индивидуальные, неповторимые, активные, осторожные, близкие</b>
<b>Свобода</b>	<b>Полет 14, движение 14, пространство 13, мир 13, жизнь 13, сила 13, открытость 13, развитие 12, состояние 12, труд 12, фантазия 12, выбор, 12, самовыражение, удовлетворение, одиночество, независимость, решительность, многообразие, познание, молодость, желание, бездна, радость, беззаботность, воля</b>
<b>Ограничения</b>	<b>Граница 13, запрет 13, территория 12, приказы 12, совесть 12, зона 12, тюрьма 12, зависимость, власть, недовольство, протест, препятствие, зажимы, сдерживание, ступор, развитие, контроль, терпение, рывок, круг, правила, обязанность, повинность, мораль, болезнь, ущербность, смерть, страдания, злость, оковы</b>
<b>Социальный</b>	<b>Общество 14, любовь 13, люди 13, мораль 13, поведение 12, нормы 12, общение 12, оправданный 12, открытость 12, помощь 12, множество, количество, связь, всеобщий, критерии, однообразность, дружба, подвиг, прорыв, гуманизм, добро, надежда, человек, взаимодействие, нравственный, воспитанный, общий, вынужденный</b>
<b>Ассоциальный</b>	<b>Странность 13, вредность 13, опасность 13, больной 13, непохожий 12, аморальность 12, зло 12, агрессивность 12, жестокость 12, одинокий, неправильный, негативный, противоборство, отдельность, осуждение, инородный, убогий, непонятность, причудливость, подвижность, безалаберность, лень, религия, смерть, устарелое, губительное, первобытное</b>

Выделенные полужирным шрифтом слова во втором столбце представляют наиболее распространенные реакции (с индексом от 12 до 16), за ними следуют менее распространенные ответы (с индексом от 1 до 11).

Далее из всего массива слов, представляющих реакции на слова-стимулы: свой – чужой, я – другие, свобода – ограничения, социальный – асоциальный, были отобраны наиболее характерные, однозначно трактуемые всеми испытуемыми слова-реакции. К ним мы отнесли (с учетом однокоренных слов и перевода всех слов-ответов в форму существительного):

Любовь – 41 ответ, непохожесть – 39, открытость – 37, жизнь – 37, родство – 36, сила – 28, человек – 28, люди – 26, опасность – 25, зло – 21, помощь – 21, мораль – 19, агрессивность – 18, близость – 16, независимость – 16, понимание – 15, вредность – 15, смерть – 15, общество – 14, правила – 14, закрытость – 14, нормы – 13, странность – 13, поведение – 12, недоверие – 12, оправданность – 12, общение – 12, совесть – 12, враги – 12, аморальность – 12, жестокость – 12, лень – 11, контакт – 11, причудливость – 11, схожесть – 11, неизвестность – 11, количество – 10, множество – 10, противоборство – 10, неправомерность – 10, принятие – 10, одиночество – 10, связь – 10, безалаберность – 10, осуждение – 9, дружба – 9, подвиг – 8, отдельность – 8, нравственность – 7, гуманизм – 7, раздражение – 7, надежда – 7, взаимодействие – 6, религия – 5, расточительность – 5, болезнь – 4, противоположность – 4, беззаботность – 3.

Были отобраны самые распространенные и в смысловом плане нагру-

женные слова-ответы, характеризующие социальную идентичность человека. К представленному списку после бесед с испытуемыми были добавлены существенные с нашей точки зрения слова: справедливость и неудача.

Таким образом, был получен новый диагностический инструмент, позволяющий достаточно быстро и точно измерять социальную идентичность личности, и при этом свободный от ограничений опросниковых методик. В него вошли 40 слов, характеризующих социальную реальность и позволяющих выявить особенности социальной идентичности. 12 слов в предлагаемом наборе носят нейтральный характер, 24 слова – позитивно окрашены, еще 24 – отрицательно. Однако согласно результатам предварительного этапа, все слова отнесены к разным полюсам: социальному или асоциальному. Нейтральные слова носят «зашумляющий» характер.

Полученная методика получила название: методика изучения социальной идентичности (МИСИ).

Далее различным группам испытуемых предъявлялась сконструированная методика. Спустя некоторое время было проведено повторное тестирование для выяснения надежности методики и определения устойчивости результатов. Кроме того, методика изучения социальной идентичности проверялась на конструктивную валидность по соотнесению ее результатов с данными, полученными по методике К. Роджерса и Д. Даймонда, направленной на изучение социально-психологической адаптации. Полученные результаты обрабатывались методами описательной и индуктивной статистики.

Технические заметки по проведению МИСИ

*Место проведения теста:* спокойное помещение, в котором безо всяких помех удастся провести тестирование (продолжительность: около 15–20 минут).

*Материал:* список с 60 словами-стимулами (стандартный лист).

*Инструкция.* Из предложенных слов выбери те, которые по каким-либо причинам кажутся тебе более привлекательными и имеют отношение к тебе и твоей социальной реальности. Подчеркни их.

Агрессивность	Неудача	Общество
Аморальность	Нормы	Открытость
Беззаботность	Нравственность	Непохожесть
Близость	Общение	Осуждение
Болезнь	Одиночество	Мораль
Взаимодействие	Подвиг	Человек
Вредность	Помощь	Противоборство
Гуманизм	Понимание	Отдельность
Дружба	Правила	Контакт
Закрытость	Принятие	Недоверие
Зло	Причудливость	Опасность
Количество	Противоположность	Жестокость
Лень	Расточительность	Оправданность
Любовь	Религия	Схожесть
Люди	Родство	Раздражение
Множество	Связь	Враги
Надежда	Смерть	Жизнь
Независимость	Совесьть	Поведение
Неизвестность	Справедливость	Безалаберность
Неправильность	Странность	Сила

### Обработка результатов

*Ключ к методике изучения социальной идентичности:* согласно ключу методики все слова делятся на две равные группы социальной и асоциальной направленности.

*Слова социальной направленности:* общество, открытость, мораль, человек, контакт, оправданность, схожесть, жизнь, поведение, дружба, подвиг, нравственность, количество, гума-

низм, взаимодействие, любовь, люди, понимание, близость, нормы, правила, общение, помощь, справедливость, множество, принятие, совесть, родство, связь, надежда.

*Слова асоциальной направленности:* непохожесть, осуждение, противоборство, отдельность, опасность, жестокость, недоверие, раздражение, враги, убогость, сила, причудливость, одиночество, религия, независимость, неизвестность, смерть, противоположность,

Результаты, полученные по МИСИ ( $n = 90$ )

Уровни	Типология идентичности	Среднее по группе в баллах	Частотность, %
Очень низкий	Диффузная идентичность	до 0,17	7
Низкий	Мораторий	0,18–0,31	16
Средний	Достигнутая идентичность	0,31–0,57	57
Высокий	Высокая достигнутая идентичность	0,57–0,70	15
Очень высокий	Псевдоидентичность	0,71–1,0	5

закрытость, странность, вредность, болезнь, лень, агрессивность, неправильность, неудача, аморальность, беззаботность, зло, расточительность.

Социальная направленность подразумевает готовность испытуемого быть членом общества – одним из большинства, принимать нормы, правила и, как следствие, жертвовать своей индивидуальностью, однако при этом чувствовать определенную степень защиты и безопасности. Слова асоциальной направленности подразумевают стремление отделиться от всех, быть не таким как большинство, быть независимым, самостоятельным, подвергаться риску и опасности. Конечный подсчитываемый параметр называется “социальность” и вычисляется по следующей формуле<sup>1</sup>:

$$S = A / (A + B),$$

где  $S$  – социальность;  $A$  – количество ответов социальной направленности, выбранных испытуемым;  $B$  – количество выбранных испытуемым ответов асоциальной направленности.

Максимальное значение «1» соответствует максимальной степени со-

циальной направленности испытуемого, характеризует его как человека, имеющего потребность в групповом членстве, желающего принимать нормы и правила общества, поддерживать групповую сплоченность. Минимальное значение «0» соответствует минимальной степени социальной направленности испытуемого и свидетельствует о его стремлении к независимости, самостоятельности и нежеланию подчиняться общим требованиям и правилам, установленным в группе.

Внутренняя согласованность пунктов МИСИ оценивалась посредством  $\alpha$  Кронбаха и варьировалась в незначительных пределах, достигая максимального значения, равного 0,88.

Итоговый показатель социальности практически не имеет «скоса» ( $A_s = -0,09$ ) и распределение не отличается от нормального (по критерию Колмогорова-Смирнова,  $d = 0,12$  при  $p \leq 0,05$ ) (табл. 2).

Таким образом, опираясь на показатели среднего значения и стандартного отклонения ( $0,44 \pm 0,13$ ), мы можем разработать стандартные нормы для МИСИ.

<sup>1</sup> Предложено В.В. Хрустальной.

Выборка: всего в исследовании приняло участие 90 человек (ретестирование в подсчете не учитывалось). Ретестирование проводилось спустя два месяца. Корреляционные связи по результатам двух замеров оказались существенными ( $\rho = 0,405$  при  $p < 0,01$ ),

т.е. МИСИ соответствует психометрическим требованиям надежности.

Корреляционный анализ с использованием коэффициента Пирсона показал следующие взаимосвязи, представленные в табл. 3.

Таблица 3

**Корреляционные связи между показателями МИСИ и методики изучения социально-психологической адаптации (МИСПА)**

№		Показатели МИСПА	Показатели МИСИ	Корреляции
1	a	Адаптивность	Социальность	0,201*
	b	Деадаптивность	Асоциальность	0,231*
2	a	Приятие себя	Социальность	0,361**
	b	Неприятие себя	Асоциальность	0,170
3	a	Приятие других	Социальность	0,291**
	b	Неприятие других	Асоциальность	0,223*
4	a	Эмоциональный комфорт	Социальность	0,167
	b	Эмоциональный дискомфорт	Асоциальность	0,222*

Примечание. \*  $p < 0,05$ , \*\*  $p < 0,01$ .

Как видно из корреляционных взаимосвязей показателей МИСИ с основными шкалами методики изучения социально-психологической адаптации, такая взаимосвязь обнаружена и является достоверной.

Следовательно, методика изучения социальной идентичности является надежным и валидным диагностическим инструментарием, что позволяет использовать ее в практической психодиагностической работе.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Анастаси А. Психологическое тестирование: Кн. 2 / пер. с англ. М., 1982.
2. Антонова Н.В. Личностная идентичность современного педагога и особенности его общения // Вопросы психологии. 1997. № 6. С. 23–30.
3. Большая советская энциклопедия. М., 1990. № 1. С. 70–78.
4. Вунд В. Введение в психологию. М., 2000.
5. Гуревич П. Выхихи самоопознания // Архетип. 1996. № 1. С. 55–57.
6. Джеймс У. Психология. М., 1991.
7. Крылов А.А., Маничева С.А. Практикум по общей экспериментальной и прикладной психологии. М., 2000.
8. Кузьмина Е.И. Психология свободы. М., 1994.
9. Леви В.Л. Искусство быть собой. М., 1990.
10. Модели мира. М., 1997. № 1. С. 88–91.
11. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М., 1988.
12. Сорокин Б.Ф. Философия и психология творчества. М., 1999.
13. Спенсер Г., Циген Т. Ассоциативная психология. М., 1998. С. 15–32.
14. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М., 1999.
15. Фромм Э. Человек для себя. Минск, 1992.
16. Хрусталева В.В. Особенности социальной идентичности подростков // Актуаль-

- ные проблемы психологического знания. Вып. 21. 2011. № 4.
17. Хрусталева В.В. Самопрезентация социальной идентичности в контексте профильного образования подростков // Актуальные проблемы психологического знания. Вып. 28. 2013. № 3.
18. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: монография. М., 2001.
19. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М., 2007. № 5. С. 43–68; 69–116.
20. Шнейдер Л.Б. Реконструкция идентичности: структурный и динамический аспект // Развитие личности. 2000. № 2. С. 44–69.
21. Шнейдер Л.Б. Тренинг профессиональной идентичности. М., 2001.
22. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. М., 1996.
23. Юнг К.Г. Структура психики и процесс индивидуации. М., 1996.

УДК 378:001.891

Н.Н. ЛАГУСЕВА

## ПОДХОДЫ И УРОВНИ ПРОЦЕССА ТВОРЧЕСКОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

*Статья посвящена актуальной проблеме формирования готовности студента к творческой самореализации в вузе. Дается краткий анализ научной литературы по данной проблеме, раскрывается степень ее разработанности. Понятие «самореализация» рассматривается как процесс и результат профессиональной подготовки студентов в туристском вузе. Автор выделяет уровни развития творческой самореализации: интегративно-репродуктивный, интегративно-креативный, творческо-компетентностный. Одним из необходимых условий успешности творческой самореализации автор считает компетентностный подход.*

*Ключевые слова: творческая самореализация, креативность, интегративность, профессиональная творческая самореализация, компетентностный подход.*

*The article is devoted to the up-to-date issue of forming readiness of the undergraduate to creative self-realization in a higher education institution. The author gives brief analysis of scientific resources on the issue, revealing the extent of a problem. The term «self-realization» is considered by the author, first of all, as the process and the result of training students in a tourism higher school. The author distinguishes levels of creative self-realization: integrative and reproductive, integrative and creative, creative and competence. The author considers that one of the necessary conditions for the success of creative self-realization is the competence approach.*

*Key words: creative self-realization, creativity, integrative, professional creative self-realization, competence approach.*

Существующая в настоящее время оценка качества подготовки специалистов (бакалавров, магистров) направлена на проверку наличия у выпускников сформированности различного вида компетенций (общекультурных,

профессиональных, специальных) в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы того или иного направления. Вместе с тем, с точки зрения работодателя, помимо профессиональных компетенций, характеризующих квалификацию выпускника, например в сфере менеджмента туризма, ему необходимы такие качества личности, как инициатива, креативность, способность к работе в группе, умение творчески самовыражаться, которые значительно сложнее сформировать, поскольку они связаны не столько со знаниями и умениями, сколько с внутренними психологическими установками и возможностями личности.

Целью образования, как об этом было заявлено в «Национальной доктрине образования в Российской Федерации», является разностороннее и своевременное развитие молодежи, ее творческих способностей, формирование навыков самообразования и самореализации личности. Такое понимание цели образования потребовало поиска методологических оснований обучения студента туристского вуза, адекватных социокультурному развитию общества, его национально-региональным традициям, опыту профессиональной подготовки в сфере туризма.

В связи с этим приоритетным направлением в образовании становится формирование творческой личности, способной к самореализации в быстро меняющихся социально-экономических условиях. Анализ научной литературы, посвященной самореализации личности, свидетельствует, что исследования, ориентированные на подготовку будущих менеджеров для сферы туризма к творческой

самореализации, практически отсутствуют. Однако существует большое число публикаций по смежным проблемам, на которые мы опирались.

Понятие «самореализация» в научной литературе рассматривается как процесс, потребность, форма, цель и результат (В.И. Андреев, А.С. Запесоцкий [1, 2] и др.). Широко известными теориями самоактуализации являются гуманистические концепции К. Роджерса и А. Маслоу.

Предметом специальных исследований стали психологические проблемы самореализации личности (Л.А. Коростылева, А.А. Реан, Л.А. Рудкевич, Е.Ф. Рыбалко); понятие самореализации в педагогической науке (С.Л. Емельянцева); формирование ценностных установок будущего учителя на творческую самореализацию в педагогической деятельности (Л.В. Ведерникова) и др.; индивидуально-творческий подход, разрабатываемый В.И. Андреевым, В.И. Загвязинским, Н.Д. Никандровым и др., который является одной из составляющих креативной парадигмы образования (Л.Б. Ермолаева-Томина, М.М. Зиновкина, Н.Ф. Вишнякова и др.), предоставляющей возможность творческой самореализации студента на каждом образовательном уровне.

Для понимания механизмов творческой самореализации будущих менеджеров туризма в образовательном процессе мы обратились к понятиям «творчество» и «самореализация».

Поскольку под творческой деятельностью (творчеством) понимают (Л.С. Выготский, Д.В. Чернилевский) генерирование новой информации в той или иной области науки, техники, производства, искусства или жизнедеятельности людей в целом, то очевид-

но, что такая деятельность не является повседневной. К ней необходимо готовиться целенаправленно и интенсивно, проходя последовательно более низкие ступени овладения деятельностью.

Самореализация изначально является потребностью каждого человека. Потребность в самореализации зависит и от наследственности, и от среды, и от подготовки, полученной в прошлом, и от некоторых других факторов, налагающих весьма существенные ограничения на способность человека к изобретению новых идей [4, 5].

Поскольку работы о творческой самореализации будущих менеджеров туризма отсутствуют, то мы обратились к педагогическим работам. Рассматривая точки зрения А.В. Запорожца, В.А. Крутецкого, Я.Л. Пономарева, А.М. Матюшина, следует обозначить следующие компоненты творческой деятельности:

- познавательная мотивация как доминирующий мотив деятельности;
- исследовательская творческая активность, выражающаяся в поиске нового, в постановке и решении тех или иных проблем;
- возможности получения оригинальных решений;
- возможности прогнозирования и предвосхищения сложных практических ситуаций;
- способности к созданию идеальных эталонов, обеспечивающих высокие эстетические, нравственные и интеллектуальные оценки.

Творческая самореализация будущих менеджеров сферы туризма в процессе обучения в вузе имеет свою специфику. В студенческие годы идет становление творческой личности, творческого специалиста в социально-ценной деятельности и общении, само-

развитие и профессиональное становление как духовно-практическое преобразование, формирование целостного «Я». Творческая самореализация личности возможна только, если основным его мотивом является мотивация, связанная со стремлением стать лучшим в профессиональном и личностном аспектах [3].

Таким образом, творческая самореализация будущих менеджеров в вузе – это самоорганизованная (во многом) и рефлексивная технология на основе интеллектуальной и практически действенной инициативы, результатом которой является удовлетворенность продуктами собственной учебной, а затем и профессионально-практической деятельности.

Исходя из этого определения, можно выделить показатели творческой самореализации студентов в учебном процессе вуза:

- самоорганизация, которая включает в себя анализ ситуации, постановку задачи, планирование и прогнозирование возможных результатов и последствий собственных действий, самоконтроль и оценку эффективности своих решений и продуктов;
- интеллектуальная и практически действенная инициатива, представляющая собой органическое единство мотивационно-целевых и процессуально-результативных устремлений, готовность выйти за пределы заданного и развить нестимулированную извне деятельность для получения качественного образовательного продукта;
- рефлексия, под которой понимается принцип человеческого мышления, направляющий его на осмысление и сознание собственной деятельности. Это не только деятельность са-

мопознания, раскрывающая внутреннее строение и специфику духовного мира человека, процесс отражения одним человеком внутреннего мира другого человека, но и оценка качества произведенного «продукта»;

- удовлетворенность, которая является показателем возможности достижения успеха в получении студентом учебного результата, который отвечает его устремлениям, намерениям и критериям.

Исходя из сказанного можно предположить, что творческая самореализация имеет разные степени зрелости. На основе анализа литературы и опыта практической педагогической деятельности нам удалось сформулировать собственные подходы к мониторингу уровней творческой самореализации студентов в вузе. Мы считаем, что самореализация студентов имеет разные уровни выраженности:

- *интегративно-репродуктивный*, связанный с преодолением личностного сопротивления сложившимся стереотипам поведения и отношений, насыщение информацией, овладение репродуктивно-творческими способами деятельности;

- *интегративно-креативный*, предполагающий научение новым образцам творческо-репродуктивной деятельности и отношений, которые, в свою очередь, связаны с творческой самореализацией;

- *творческо-компетентностный*, характеризующийся соотношением своего личного опыта с опытом, накопленным человечеством, включение в исследовательскую, практическую и профессиональную деятельность с собственным взглядом на проблемы; с формированием профессиональной компетентности как высшим прояв-

лением творческой самореализации будущего менеджера в вузе.

Одним из основных организационно-педагогических условий, необходимых для успешной творческой самореализации, мы считаем компетентностный подход, который интегрирует интеллектуально-информационную и навыковую составляющие образования и нацеливает обучающегося на личностную интерпретацию содержания образования, применение знаний в практической деятельности, т.е. на творческую практическую самореализацию, что является условием успешности в жизни.

Учитывая исследования зарубежных и российских психологов и педагогов в области компетентностного подхода в образовании, можно отметить, что для нас важным является понимание компетентностного подхода:

- компетентностный подход как средство ориентации образования на личностно-значимые и творческие практико-ориентированные результаты обучения, позволяющее добиться интеграции целей и содержания процесса обучения, стать фактором развития содержания обучения;

- компетентностный подход как способ идентификации основных умений, которые как проявляются, так и формируются в деятельности через применение знаний при решении обучающих профессиональных задач, направленных в том числе и на творческую самореализацию в будущей профессиональной деятельности.

В связи с этим компетентностный подход является необходимым условием для успешности процесса творческой самореализации будущих менеджеров туризма в вузе, и его мы взяли за основу при разработке системы компетенций будущего менеджера туризма.

Компетентностный подход положен в основу формирования структурно-содержательной модели процесса, направленного на творческую самореализацию будущих менеджеров туризма на этапе подготовки в вузе, которую характеризует наличие концептуального, целевого, содержательного и методического компонентов, а также отражение комплекса организационно-педагогических условий, необходимых для творческой самореализации будущих менеджеров туризма в вузе.

---

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев В.И. Педагогика творческого саморазвития: инновационный курс. Казань: Изд-во КГУ, 2009. 320 с.
2. Запесоцкий А.С. Образование: философия, культурология, политика. М.: Наука, 2012. 456 с.
3. Кубрушко П.Ф. Содержание профессионально-педагогического образования. М.: Высш. шк., 2001. 236 с.
4. Личность и профессия: психологическая поддержка и сопровождение / под ред. Л.М. Митиной. М.: Академия, 2009. 336 с.
5. Реан А.А., Кудашев А.Р., Баранов А.А. Психология адаптации личности. СПб.: Медицинская пресса, 2002. 352 с.

УДК 378.14.015.62

Е.А. АЛИЛУЙКО

---

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

---

*Статья посвящена проблеме создания фонда оценочных средств в структуре основной образовательной программы профессионального образования. Автор рассматривает оценочные средства в зависимости от видов аттестации обучающихся.*

*Ключевые слова: аттестация, образовательная программа, оценочные средства, профессиональное образование.*

*The article about the problem of estimate means funds development for basic education program high professional education structure. Author analyses estimate means in connection with student certification types.*

*Key words: certification, educational program, estimate means, professional education.*

Фонд оценочных средств (ФОС) по учебной дисциплине является неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения студентами основной образовательной программы (ООП) высшего профессионального образования (ВПО) и обеспечива-

ет повышение качества образовательного процесса в вузе. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине представляет собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения и используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Фонд оценочных средств входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины, который в свою очередь является неотъемлемой частью ООП направления подготовки.

Цель создания ФОС учебной дисциплины – установление соответствия уровня подготовки студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины. Следовательно, основными задачами ФОС по дисциплине являются:

- контроль процесса приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформиро-

ванности компетенций, определенных в ФГОС ВПО по соответствующему направлению подготовки, и управление им;

- контроль достижений целей реализации ООП, определенных в виде набора общекультурных и профессиональных компетенций выпускников, и управление им;

- оценка достижений студентов в процессе изучения дисциплины с выделением положительных/отрицательных результатов и планирование предупредительных/корректирующих мероприятий;

- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Принимая во внимание поставленные цели и задачи, в процессе разработки ООП крайне важно учитывать взаимное соответствие трех базовых элементов (рис.).



**Базовые элементы ООП**

В соответствии с нормативными документами выделяются три типа контроля успешности освоения ООП студентом и выпускником:

1) текущий контроль успеваемости;

2) промежуточная аттестация;

3) итоговая государственная аттестация.

Оценка качества освоения ООП осуществляется на основе вышеуказанных типов контроля. Конкретные фор-

мы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний по дисциплине ООП разрабатываются вузом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП (текущая и промежуточная аттестации) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

При разработке ФОС необходимо создать условия для максимального приближения программ текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к условиям профессиональной деятельности. Именно поэтому помимо преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов должны активно привлекаться работодатели и преподаватели смежных кафедр, читающие профильные дисциплины.

Каждый из перечисленных типов контроля имеет свою специфику, достоинства и недостатки.

*Текущий контроль* успеваемости представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении семестра.

К достоинствам данного типа относится его систематичность, соответствующая требованию регулярного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости студента. Недостатком является фрагментарность и локальность проверки. Проверить компетенцию це-

ликом, а не отдельные ее компоненты (знания, умения, навыки) при текущем контроле не представляется возможным.

Текущий контроль знаний студентов по иностранному языку может представлять собой следующие виды деятельности:

- устный опрос (групповой или индивидуальный);
- проверка выполнения письменных или устных домашних заданий;
- проведение контрольных работ;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме);
- проведение ролевых игр.

*Промежуточная аттестация* осуществляется в конце семестра и завершает изучение отдельной дисциплины или ее разделов. Подобный контроль помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, а в отдельных случаях – формирование необходимых профессиональных компетенций. Основными формами промежуточной аттестации традиционно являются зачет или экзамен.

В случае текущего контроля успеваемости акцент делается на определении подробной, действительной картины достижений обучающегося и успешности усвоения им учебной программы на настоящий момент времени. При сессионном промежуточном мониторинге акцент делается на подведении итогов деятельности студента в семестре или за год и определенных административных выводах из этого (перевод на следующий курс, объявление благодарности и т.д.). При этом знания и умения студента не всегда подвергаются контролю в сессион-

ный период; промежуточная аттестация может проводиться по результатам текущего контроля (зачет или экзамен на основе балльно-рейтинговой системы). Основными контрольно-измерительными средствами промежуточной аттестации в случае ее проведения целесообразно считать более комплексные, такие как решение кейс-задач, проектная деятельность и другие, позволяющие объективнее судить о сформированности компетенций.

*Итоговая государственная аттестация* осуществляется для проверки результатов по итогам обучения в целом. Эта оценка подготовленно-

сти выпускника проводится при участии внешних экспертов, в том числе работодателей. Только итоговая государственная аттестация в полной мере позволяет оценить совокупность приобретенных студентом универсальных и профессиональных компетенций.

К сожалению, в неязыковых вузах дисциплина «Иностранный язык» не включена в состав комплексного государственного экзамена и соответственно оценка подготовленности обучающегося может быть дана только по результатам завершающей промежуточной аттестации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Звонников В.И., Чельшкова М.Б. *Контроль качества обучения при аттестации: компетентностный подход*. М.: Университетская книга; Логос, 2009. 272 с.

2. Кабанова Т.А., Новиков В.А. *Компетентностно-ориентированные оценочные средства: проблемы разработки и реализации в условиях перехода на ФГОС ВПО*. М.: Высш. шк., 2010. 359 с.

Е.Е. БУХТЕЕВА

---

**К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО  
ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО СТИЛЯ**

---

*Автор считает, что основой автономии в учебной деятельности является формирование персонального познавательного стиля. В учебной деятельности стиль учения находится в прямой зависимости от познавательного стиля. Образовательной задачей является создание дидактических условий, которые бы расширили ментальный опыт учащихся.*

*Ключевые слова: когнитивный стиль, стиль кодирования информации, стиль постановки и решения проблем, эпистемологический стиль, познавательный стиль, учебный стиль, персональный познавательный стиль, автономия.*

*The author views the autonomy in education as a foundation, which allows a person to develop a personal unique cognitive style. Such style directly depends on how educational environment functions. The purpose of adding these style in education is to expand the mental experience of student.*

*Key words: cognitive style, type of information code, educational style, personal education style, autonomy.*

Основной задачей, которую должно решить современное образование в свете тех изменений, которые происходят как в нашем обществе, так и во всем мире в целом, является воспитание личности и формирование в ней потребности и способности к дальнейшему профессиональному росту, к расширению и приобретению новых знаний, мобильности, творческой активности и социальной ответственности. Данные направления должны стать личностными векторами каждого человека, стремящегося к своему внутреннему развитию, профессиональному росту, что позволит чувствовать себя уверенно, быть конкурентоспособным, понимать, как жить и действовать в дальнейшем.

Усиление роли самостоятельности в учебном процессе является одним

из приоритетных направлений. Данное направление находит свою реализацию через организацию учебной деятельности, основанную на идеях и принципах автономного подхода. Автономия – это способность осуществлять самоуправление и саморегулирование своей учебной деятельностью. При организации учебного процесса на основе автономного подхода одним из главных психологических условий является учет индивидуальной структуры качеств личности: уровень темперамента; уровень особенностей психических процессов; уровень опыта личности; уровень социальной направленности. Автономия в учебной деятельности предполагает знание обучающимися своих стилей учения, что позволит им узнать больше о себе, о своих склонностях, предпочтениях в получении и обработке учебной информации, в организации

и управлении собственного учебного процесса, а также расширит диапазон стилевых возможностей и поможет формированию собственного учебно-познавательного стиля.

Индивидуальные различия в способах переработки и организации информации о своем окружении – это один из аспектов работы индивидуального интеллекта. Познавательные стили характеризуют индивидуально-своеобразные способы изучения реальности. Не зря говорят, что каждый человек умен на свой лад, каждый человек по-своему воспринимает, понимает и объясняет происходящее в рамках того стиля, который у него сложился. Но не всегда этого достаточно для того, чтобы более эффективно воспринять и переработать поступающую информацию. Человек должен знать, что окружающий мир можно воспринимать и оценивать с другой позиции, а не только на основе своих личных предпочтений, своего стиля. Знакомство с другими стилями позволяет расширять свой собственный, что в конечном счете ведет к формированию личного познавательного стиля.

Познавательные стили – это своего рода познавательный инструмент, поскольку расширение стилового репертуара расширяет умственный кругозор и интеллектуальные возможности в целом [3]. Познавательный стиль складывается из стилей кодирования информации, стилей переработки информации (когнитивный стиль), стилей постановки и решения проблем (мышление), стилей познавательного отношения к миру (эпистемологический). Рассмотрим данные понятия.

Термин «когнитивный стиль» появился в середине прошлого века, в

частности, в американской психологии при изучении индивидуальных различий людей в восприятии, анализе, категоризации, переработки и воспроизведении информации. Данные исследования выявили, что индивидуальные способы восприятия и переработки информации, индивидуальные различия интеллектуальной деятельности не имеют ничего общего с интеллектуальным развитием человека. Когнитивный стиль относится к сфере познавательной деятельности, являясь его характеристикой, и рассматривается как проявление личностной организации, так как индивидуальные способы переработки информации связаны с потребностями и мотивами каждого конкретного человека.

Когнитивный стиль – это собирательное понятие для относительно устойчивых способов познавательной деятельности, познавательных стратегий, заключающихся в своеобразных приемах получения и переработки информации, а также приемов ее воспроизведения и способов контроля. Когнитивные стили – тоже в некотором роде стили деятельности, поскольку они характеризуют типические особенности интеллектуальной деятельности (научения), включающей восприятие, мышление и действия, связанные с решением познавательных задач преимущественно в ситуации неопределенности. Когнитивный стиль, согласно М.А. Холодной, – это индивидуально-своеобразные способы переработки информации о своем окружающем мире в виде индивидуальных различий в восприятии, анализе, структурировании, категоризации, оценивании происходящего [3, с. 38].

В настоящее время в стилевом подходе сформировались следующие когнитивные стили, которые можно распределять по следующим категориям:

- по типу восприятия: полезависимость – полenezависимость;
- по типу реагирования: импульсивность – рефлексивность;
- по особенностям когнитивного контроля: ригидность – гибкость;
- по диапазону эквивалентности: узость – широта;
- по сложности: когнитивная простота – когнитивная сложность, толерантность к нереалистическому опыту;
- по типу мышления: аналитический – синтетический;
- по доминирующему способу обработки информации: образный – вербальный;
- по локусу контроля: экстернальный – интернальный.

Когнитивные стили относятся к базовым характеристикам индивидуальности, что связано с возрастом, полом, особенностями функционирования нервной системы. Доказано, что когнитивные стили меняются с возрастом. Если ребенок обладает полезависимым стилем, то с возрастом он становится более полenezависимым. Однако с возрастом возрастает и рефлексивность. Когнитивные стили являются результатом сложного взаимодействия биологических и социокультурных факторов.

*Стили кодирования информации* – это субъективные средства, с помощью которых в ментальном опыте человека воспроизводится окружающий мир. В последнее время проблема существования разных способов восприятия информации активно разрабатывалась в русле нейролингвистического про-

граммирования (НЛП). Были выделены три основные сферы «сенсорного опыта» человека: визуальная, аудиальная, кинестетическая. Соответственно, разные люди преимущественно принимают и перерабатывают информацию о своем окружении визуально, аудиально и кинестетически. Для визуала типична следующая познавательная позиция – смотреть, представлять, наблюдать; для аудиала – слушать, говорить, обсуждать; для кинестетика – действовать, чувствовать, ощущать.

*Стили постановки и решения проблем* (или стили мышления) – это индивидуально-своеобразные способы выявления и формулирования проблемной ситуации, а также способы поиска средств ее разрешения. Факты свидетельствуют, что разные люди в одном и том же проблемном поле видят разные проблемы, определяют их в разных терминах и в разном содержательном контексте, используют различные методы их решения. М.А. Холодная в своем исследовании приводит выводы Р. Стернберга по определению индивидуально-своеобразных подходов разных людей к постановке и решению проблем. Для выделения стилей мышления Стернберг использовал метафору «устройства государства», сравнивая интеллект как своего рода «ментальное государство» с определенным режимом ментального самоуправления. К ним относятся: законодательный, исполнительный, оценочный, монархический, иерархический, олигархический, анархический, глобальный, локальный, внешний, внутренний, консервативный, либеральный. Стернберг принципиально различал стили мышления и способности:

способности характеризуют то, что человек может сделать, тогда как стили – то, как он предпочитает использовать свои способности. М.А. Холодная предлагает выделить пять основных стилей постановки и решения проблем: адаптивный, эвристический, исследовательский, инновационный, смыслопорождающий.

*Стили познавательного отношения к миру*, или эпистемологические стили, представляют собой индивидуально-своеобразные формы познавательного отношения к окружающему миру и самому себе как субъекту познавательной деятельности. К ним относятся: эмпирический, конструктивно-технический, рационалистический, рефлексивно-медитативный и хаотический. Согласно М.А. Холодной, эпистемологические стили, по всей вероятности, складываются под влиянием стилей постановки и решения проблем. Так, с определенной долей условности можно предположить, что эмпирический стиль уходит своими корнями в адаптивный стиль постановки и решения проблем, конструктивно-технический – в эвристический, рационалистический – в исследовательский, рефлексивно-медитативный – в инновационный, хаотический – в смыслопорождающий [3, с. 319].

Что касается учебной деятельности, то каждый обучающийся обладает своим персональным учебным стилем, который мы понимаем как индивидуально-своеобразный способ учебной деятельности. Формирование учебного стиля происходит в учебном процессе с применением определенной образовательной технологии и напрямую зависит от познавательного стиля. «Конкретный ученик в своей реаль-

ной учебной деятельности демонстрирует не отдельные учебные и познавательные стили, а персональный познавательный стиль на определенном уровне его сформированности, который в пределе своего развития выступает как иерархически организованная, многосторонняя и гибко изменяющаяся форма интеллектуального поведения» [3, с. 338].

Значит, персональный познавательный стиль является формой, которая меняется в зависимости от оказанных на нее внешних воздействий. Если образовательная технология направлена на расширение репертуара способностей учебной деятельности – учебного стиля, то это приведет к обогащению стилевой сферы человека. На наш взгляд, педагогическая задача заключается не в том, чтобы подогнать под каждого учащегося учебную задачу, решение которой подходит его познавательному стилю, а в том, чтобы многообразие задач позволяло расширять диапазон познавательных стилей.

Таким образом, каждый человек осваивает мир, т.е. воспринимает, понимает и объясняет происходящее в рамках того стиля, который у него сложился. Одним повезло, другим не очень, так как здесь кроется опасность узкого видения и решения проблемы. Осознание своего собственного познавательного стиля и расширение своего ментального опыта за счет знакомства с другими и привнесения их в свой собственный репертуар позволит человеку расширить кругозор, арсенал способов познания, повысить интеллектуальный уровень и сформировать персональный познавательный стиль, который, в свою очередь, позволит ему управлять своей учебной и профессиональной деятельностью.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Берулава Г.А. *Стиль индивидуальности: теория и практика*. М.: Педагогическое общество России, 2001.
2. Ливер Б. Лу. *Обучение всего класса*. М.: Новая школа, 1995.
3. Холодная М.А. *Когнитивные стили. О природе индивидуального ума*. 2-е изд. СПб.: Питер, 2004. 384 с.

УДК 378.1

Т.Н. ЕФРЕМЦЕВА

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

*Рассматриваются стратегии совершенствования содержания профессионального туристского образования на основе международного опыта и стандартов. Необходимость использования такого опыта в проектировании профессиональной подготовки в туристских вузах России чрезвычайно важна. Показаны пути совершенствования профессиональной подготовки конкурентного специалиста туристской отрасли.*

*Ключевые слова:* содержание профессионального образования, международный опыт и стандарты, туристский вуз, совершенствование профессиональной подготовки.

*The present article deals with the strategies of improving the content of professional tourism education on the basis of international experience and standards. The necessity of using such experience in designing the professional training in tourism universities of Russia is extremely important. The ways of improving the professional training of competitive specialist for tourism industry are identified.*

*Key words:* content of professional education, international experience and standards, tourism university, improvement of professional training.

Обновление содержания профессионального образования, связанное с переходом высшего образования в России на новые государственные образовательные стандарты, требует от высшей школы разработки и внедрения новых технологий, позволяющих удовлетворить потребности рынка в высококвалифицированных, профессионально мобильных специалистах, спо-

собных быстро адаптироваться к стремительно меняющимся условиям современного общества. Крайне неравномерное развитие некоторых отраслей промышленности и бизнеса, быстрый рост в области информационно-коммуникационных технологий и глобализация мирового экономического пространства привели к необходимости пересмотра стратегий в профессиональной подготовке студентов, по-

иску новых путей формирования профессиональных компетенций выпускников.

Ставшие реальностью сегодня необходимость интеграции России в международное научное и образовательное пространство и обеспечение студентам права на академическую мобильность невозможны без перестройки содержания профессиональной подготовки в вузе, без учета основных принципов Болонской декларации. Данные принципы предполагают не только переход на многоуровневую систему высшего образования, но и совершенно новую организацию учебного процесса на всех ступенях обучения, организацию системы учета и контроля знаний на основе международных стандартов, обучение преподавателей и студентов методам самоконтроля и самооценки.

Совершенствование содержания профессиональной подготовки в туристском вузе и поиск наиболее эффективных путей адаптации российского профессионального образования к международным стандартам качества обусловлены существующими противоречиями:

- между квалификационными требованиями к специалисту, предъявляемыми на уровне мировых стандартов, и реальной профессиональной подготовкой в вузах России;

- между введением новых стандартов и неразработанной системой оценки профессиональных компетенций студентов;

- между стремлением повысить качество исследовательской работы студентов и отсутствием практических связей с индустрией;

- между высокими требованиями к уровню владения выпускниками ино-

странным языком и уменьшением количества часов на преподавание иностранного языка в учебных планах и др. [1].

Стратегии совершенствования содержания профессиональной подготовки студентов должны проектироваться не только с учетом внутренних резервов вуза, но и в тесном взаимодействии с предприятиями индустрии, а также на основе международного опыта и стандартов качества данной профессиональной отрасли подготовки.

Интенсификация внутренних резервов вуза должна подразумевать наличие полной картины профессиональных компетенций специалиста (модель, например, менеджера или маркетолога) и только затем необходимо приступить к разработке системы формирования этих компетенций через различные дисциплины и практики. На деле же происходит следующее: кафедры действуют разрозненно, выбирая компетенции, «подходящие» под их дисциплины, и совершенно не владеют механизмами взаимодействия. Отсюда и перекося в излишней теоретической направленности знаний, повторов в дисциплинах и преподавании в отрыве от профессиональных требований индустрии.

Должна быть создана система сотрудничества с предприятиями туриндустрии с полной заинтересованностью последних в качестве подготовки будущих кадров. К сожалению, на практике такого интереса у работодателей нет, и все связи сводятся к организации бессистемных практик и стажировок студентов без дальнейшего участия в их карьере. Партнерские отношения между вузом и руководителями больших туристских компаний

и предприятий гостеприимства можно было бы организовать так, чтобы получить социальный заказ на подготовку будущих специалистов для бизнеса с определенным набором профессиональных компетенций, в том числе и языковых.

Входя в международное образовательное пространство, туристским вузам очень важно соответствовать международным стандартам сферы подготовки, а также использовать положительный международный опыт вузов, ведущих образование в сфере туризма и гостеприимства.

Интересны результаты исследований, проведенные одним из американских университетов среди работодателей разных стран мира по вопросу о приоритетах в умениях и навыках их служащих. Большинство респондентов (68%) на первое место поставили «способность владеть сложной информацией», 62% оценили «коммуникабельность и умение работать в команде», 42% выделили «способность оценить альтернативные точки зрения», и только 27% работодателей отмечают «соответствующие академические квалификации» [3].

Уместно было бы добавить приведенные выше компетенции к тем, что записаны в государственных образовательных стандартах. В результате могут сложиться «career skills», так называемые «компетенции для карьеры», т.е. набор знаний, умений и навыков, необходимых для профессионалов в определенной отрасли, например в области туризма.

Сотрудничество с профильными вузами зарубежных стран на уровне проведения совместных научных исследований студентов и преподавателей или обмена образовательными программа-

ми может иметь положительные результаты.

В рамках данной статьи приведем несколько примеров зарубежных университетов, осуществляющих подготовку по направлениям «Менеджмент туризма» и «Туризм».

CHUK Business School (Chinese University of Hong Kong) ставит приоритетным формирование семи основных компетенций, необходимых для современного руководителя отрасли: «профессиональные знания, академические навыки, отношение к работе, международные навыки, коммуникативные навыки, отношение к жизни, творческое мышление и навыки решения проблем» [6].

Ведущий британский университет туристского профиля University of Surrey (Великобритания) высоко ценит опыт практиков индустрии. Так, на главной странице сайта приводится отзыв одного из выпускников: «Специалисты из индустрии, уважаемые руководители, директора и менеджеры присоединились к Школе гостеприимства и менеджмента туризма для того, чтобы поделиться своим уникальным опытом и знаниями наряду с лучшими учеными» [7].

Программы профессиональной подготовки University of Guelph (Канада) построены так, что студенты имеют возможность в течение одного семестра изучать курсы гостеприимства в Гонконге, Англии, Финляндии, Австрии, Мексике или Австралии [5].

Примечательно, что все эти университеты имеют Международный сертификат качества туристского образования UNWTO TedQual Certification. По данным Всемирной туристской организации, профессиональную сертификацию UNWTO TedQual на сегодня

нышний день имеют 10 университетов в Китае, 7 в Великобритании, 6 в Испании, 5 в Италии, 4 в США, 2 в Швейцарии и по одному в Германии, Франции и России. Российская международная академия туризма является единственным российским туристским вузом, имеющим международный сертификат качества туристского образования UNWTO TedQual [8].

В контексте изучения вопроса о соответствии качества российского туристского образования международным стандартам необходимо привести ведущие международные экзамены в области туризма, менеджмента туризма и гостеприимства. Это экзамены: LCCI (London Chamber of Commerce and Industry) по туризму Лондонской торгово-промышленной палаты; экзамены Edexcel BTEC, самой большой в Великобритании компании по аккредитации национальных и международных академических и професси-

ональных квалификаций, в том числе по туризму; и, наконец, экзамены City & Guilds – ведущего и старейшего синдиката по международной аккредитации профессиональных квалификаций в Великобритании, они имеют три уровня (от сертификата до диплома) по международному туризму [2, 4].

Для успешной работы по совершенствованию содержания профессиональной туристского образования необходимы методические объединения и профессиональные ассоциации преподавателей, готовящих специалистов по разным направлениям подготовки и работающие в разных учебных заведениях. Они должны консолидировать свои усилия совместно с представителями туристической индустрии с тем, чтобы выработать национальные стандарты профессиональных компетенций работников данной отрасли, которые бы согласовывались с международными профессиональными стандартами.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Ефремцева Т.Н. *Моделирование коммуникативных компетенций будущего специалиста туристской индустрии* // Вестник РМАТ. 2011. № 1.

2. *Certificate or Diploma in International Tourism. City & Guilds Programmes. Pitman Qualifications. London, 2009.*

3. Mickey Rogers. *Developing Life skills. Partnership for 21 Century Skills. GRADdirect, 2008.*

4. *Professional Skills in City & Guilds. Электронный ресурс. URL: <http://www.cityandgu->*

*ilds.com*

5. URL: <http://whichuniversitybest.blogspot.ru/2010/02/top-hospitality-tourism-schools.html> (дата обращения: 17.01.2013).

6. URL: <http://www.baf.cuhk.edu.hk/program/hotel-tourism.shtml> (дата обращения: 08.02.2013).

7. URL: <http://www.surrey.ac.uk/undergraduate/tourism-management> (дата обращения: 10.02.2013).

8. URL: <http://themis.unwto.org/en/content/institutions-unwtotedqual-certified-programmes> (дата обращения: 15.02.2013).

М.Э. ВАЙНЕР

---

## МОТИВЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПЕДАГОГАМИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

---

*Представлен современный взгляд на систему дополнительного образования в контексте профессионального развития педагога. Рассмотрены модели непрерывного образования педагогов: адаптационная модель и модель развития. По результатам проведенного исследования охарактеризована мотивация профессионального развития педагогов. Проанализированы макросоциальные, микросоциальные и субъективные факторы, детерминирующие мотивацию профессионального развития современного педагога. Обозначена целесообразность психологического сопровождения и обеспечения психолого-педагогических условий, повышающих эффективность процесса профессионального развития современного педагога.*

*Ключевые слова: дополнительное образование, профессиональное развитие, модели непрерывного образования, мотивы и факторы профессионального развития педагогов.*

*The article presents a modern view of the system of additional education in the context of professional development of teachers. The models of continuing education of teachers: adaptation model and model development. According to the results of the study described the motivation for professional development of teachers. Analyzed macrosocial, microsocioal and subjective factors that determine the motivation of professional development of the modern teacher. Denotes the appropriateness of psychological support and provide psychological and pedagogical conditions that increase the efficiency of the process of professional development of the modern teacher.*

*Keywords: additional education, professional development, lifelong learning of teachers, motives and factors of professional development.*

В ситуации значимых трансформаций во всех сферах общественной жизни России в XXI в. особую актуальность приобретает уровень профессиональной компетентности педагогов, их мотивированность на профессиональный рост и непрерывное профессиональное развитие. Профессиональный рост педагога, его стремление к самореализации, самосовершенствованию, освоению инновационных технологий и конструктивных стилей профессиональной деятельности сегодня поддерживается государственными програм-

мами, грантами, профессиональными конкурсами, различными формами дополнительного профессионального образования (повышение квалификации и профессиональная переподготовка).

Современный взгляд на профессионализм педагога обусловлен новыми целевыми установками образования и новой социокультурной ситуацией в информационном обществе. Это закономерно и неизбежно влечет за собой существенную трансформацию роли педагога. Например, если среди задач, стоящих перед школой, все большее значение придается развитию ключевых компетентностей учащихся (включая ком-

петентность самообразования), то умение обеспечить этот процесс становится также важнейшим компонентом педагогического профессионализма педагога.

Еще один вызов традиционному профессионализму педагога связан с многократно возросшим многообразием учебных материалов, программ и методик. Если раньше педагогу было вполне достаточно освоить один комплект учебных материалов, то в нынешней ситуации от него требуется умение ориентироваться и оценивать различные их варианты, делать оптимальный выбор, адекватный актуальной ситуации, складывающейся в его профессиональной деятельности.

Но, пожалуй, главное, что радикально повлияло на представления о профессионализме и компетентности педагога, это постепенная утрата им статуса единственного источника знаний. Информационная революция существенно ослабила прежнюю функцию педагога как транслятора уникального знания, одновременно наделив его ролью посредника (фасилитатора) в процессе создания знаний и обретения компетентностей. Закономерно, что произошедшие перемены в роли педагога стремительно влияют на расстановку акцентов в содержании и векторной направленности его профессионального развития. Оно постепенно начинает переориентироваться с накопления знаний и методик на освоение педагогом навыков работы со знаниями и незнакомым материалом, на формирование рефлексивных и прогностических способностей, исследовательских и проектных умений, коммуникативной состоятельности и высокой мотивации достижений.

Большие возможности для профессионального развития педагога заложены

в системе дополнительного профессионального образования. Дополнительное профессиональное образование в системе непрерывного образования – это целенаправленный процесс приобретения дополнительной квалификации, требующей изменения направленности (профиля) или специализации в рамках направления (специальности) полученного ранее профессионального образования.

Сегодня система дополнительного профессионального образования является основным связующим звеном между профессионально-образовательными интересами личности, общества и государства, а также между различными уровнями профессионального образования и отраслями экономики и социальной сферы, требованиями работодателей и запросами непосредственных потребителей образовательных услуг.

В современном дополнительном профессиональном образовании можно выделить две модели подготовки: адаптационную, направленную на адаптацию педагога к изменившимся условиям текущей профессиональной деятельности, и модель профессионального развития, ориентированную на активность педагога, его способность принимать решения и нести ответственность за сделанный выбор и осуществляемые действия, в том числе и в новом виде профессиональной деятельности.

Суть адаптационной модели, или, как ее назвал П. Джексон, «модели дефицита», состоит в том, что педагоги в процессе дополнительного профессионального образования получают, добирают, «наращивают» знания и навыки, которые у них отсутствуют, но необходимы в конкретной ситуации.

Модель непрерывного профессионального развития педагогов – результат изменившихся представлений о непрерывном профессиональном образовании и образовании на протяжении всей жизни. За этим понятием скрывается принципиально иной подход, поскольку субъектом обучения (подготовки) является преподаватель, а субъектом профессионального развития является сам развивающийся. Роль системы дополнительного профессионального образования, таким образом, кардинально меняется. Ее основной задачей становится создание условий для саморазвития педагогов. В этой модели в западной теории профессионального развития педагогов получила широкое развитие рефлексивная практика Д. Шона, суть которой состоит в том, что рефлексивная остановка и осмысление своих собственных трудностей являются основой выработки новых способов обучения [4].

Результаты локального мини-исследования мотивации педагогов, получающих дополнительное профессиональное образование, свидетельствуют, что сегодня в дополнительном профессиональном образовании модель профессионального развития лишь декларируется, а реализуется адаптационная модель, в результате чего педагог находится в позиции «догоняющего» те изменения, которые реально происходят в обществе и, соответственно, в его профессиональной деятельности.

Мотивация профессионального развития современного педагога – это интегральное психологическое образование, иерархическую структуру которого составляют внутренние побуждения: смысложизненные ориентации; цели, профессиональные ценности и

смыслы; потребность быть компетентным [2].

Мотивация профессионального развития современного педагога, с одной стороны, детерминирована внешними факторами (требования профессии, система контроля, транслируемые ценности и смыслы, профессиональная конкуренция, образовательная политика). С другой стороны, факторами, в числе которых изменение социального статуса, повышение материального благополучия, признание в социуме и профессиональном сообществе.

Мотивационная сфера педагога, ценности и смыслы его профессиональной деятельности выступают мощными факторами, определяющими профессиональное развитие, задающими его содержание, направленность, интенсивность и тенденции дальнейшего использования личностного ресурса профессионального развития [2].

Результаты контент-анализа сочинений «Мотивы профессионального развития» педагогов (воспитателей детских садов, учителей начальных классов, учителей иностранного языка) показали, что среди респондентов можно выделить две группы. Представители первой группы центрированы на внешних стимулах и внешней мотивации; представители второй – на внутренней мотивации и субъективных факторах профессиональной деятельности, направленной на развитие. Для первой группы характерен выбор таких мотивов, как «побуждение администрации», «необходимость успешно пройти аттестацию», «улучшение качества условий работы и материального положения», «требования стандарта». Респонденты второй группы движимы интересом, желанием экспериментировать в инновационных условиях

работы, быть признанными, возможностью иметь профессиональное будущее и реализовать свои идеи и планы; желанием перейти на более высокий профессиональный уровень; интересом к творчеству, к развитию как таковому, потребностью узнавать и осваивать новое.

Результаты исследования также выявили основные гарантии, которые, по мнению педагогов, дает дополнительное профессиональное образование. Для 42% респондентов получение дополнительного профессионального образования гарантирует укрепление своего настоящего статуса; для 24% – это получение дополнительных систематических знаний по своей специальности, 28% респондентов побуждает получать дополнительное профессиональное образование ожидание того, что с повышением квалификации ускорится их карьерный рост.

Результаты контент-анализа сочинений «Моя образовательная биография» позволили выделить макросоциальные, микросоциальные и субъективные факторы, детерминирующие мотивацию профессионального развития педагогов.

На макросоциальном уровне среди факторов представлены государственные требования, социальный заказ в области образования, инновационные тенденции трансформации образования.

*«Прошел год, и в соответствии с новым Приказом [1] передо мной заведующая поставила вопрос: либо я иду на переподготовку, так как мое образование не соответствует моему профилю, либо увольняюсь. Так как мне нравится моя работа, я решила пойти учиться»* (воспитатель, общий стаж 6 лет, педагогический стаж 4 года). (Далее – общий стаж/педагогический.)

*«На переподготовку пошла по производственной необходимости, так как оказалось, что в новых условиях прежде всего нужна “бумажка”, а не мой опыт и мои человеческие качества»* (воспитатель, 28/9).

*«В прошлом году мне сказали, что без диплома, в котором будет написано, что я учитель английского языка, мне скорее всего предложат другую должность или вообще уволят. Я пошла учиться, очень нравится, не жалею»* (учитель английского языка, 19/14).

*«После того как объединились школа и садик, стала существовать реальная угроза увольнения, ведь педагогического образования у меня нет. Пришла на переподготовку. Рада, что так сложилось, и я теперь учусь»* (воспитатель, 9/2).

На микросоциальном уровне среди факторов, детерминирующих мотивацию профессионального развития, мощным потенциалом обладают ценности профессионального сообщества, возможности карьерного роста, социально-профессиональные векторы развития активности педагогов.

*«Когда узнала, что моя коллега получит второе образование и пойдет в профессию дальше меня, я решила не отставать и тоже пойти учиться. Не жалею, очень довольна!»* (воспитатель, 8/8).

*«Я решила пройти переподготовку, чтобы получить квалификацию, способную более надежно обеспечить меня работой в будущем, сменить четыре работы на одну»* (преподаватель шведского в вузе, преподаватель шведского на курсах при вузе, методист на кафедре, преподаватель английского языка в колледже, 14/14).

*«Что подтолкнуло? Заведующая. Она предложила мне с сентября долж-*

ность старшего воспитателя. Я согласилась, поработала полгода и поняла, что для этого мне надо поучиться» (воспитатель, 28/13).

Среди субъективных факторов, детерминирующих мотивацию профессионального развития, к числу приоритетных могут быть отнесены профессиональные потребности педагога, потребность достижений, ценностные ориентации.

*«Я считаю, что педагог не имеет права останавливаться на достигнутом, должен профессионально развиваться»* (воспитатель, 12/7).

*«Сомнений по поводу дополнительного профессионального образования у меня не было, так как это надо в первую очередь мне, а не кому-то. Я хочу совершенствоваться в профессии, развиваться»* (учитель начальных классов, 22/15).

*«Поняла, что нестерпимо хочу уйти со своей прежней работы и, наконец, сделать то, от чего отказалась 20 лет назад, когда вместо пединститута пошла учиться в политехнический»* (учитель начальных классов, 15/2).

Полученные результаты показывают, что в целом укрепление своего настоящего статуса, сохранение желаемой должности, желание остаться в профессии более выражены, чем рост профессиональной компетентности и карьерные успехи. Однако такое соотношение можно рассматривать как мощный мотивационный ресурс, обеспечивающий не только включенность педагога в профессию, но и как сопутствующее этому желание качественно

и продуктивно выполнять профессиональную деятельность.

В исследованиях, посвященных профессиональному развитию, можно найти косвенные доказательства тому, почему модель дефицита и соответствующая ей мотивация в получении дополнительного профессионального образования превалирует над моделью профессионального развития.

Среди причин, препятствующих возникновению у педагогов устойчивой мотивации к постоянному профессиональному развитию, выявлены следующие: непонимание скрытых (неочевидных) преимуществ дополнительного образования; возрастные ограничения, связанные с инертностью познавательной деятельности; страх показаться недостаточно способным; дефицит времени; заниженное представление о своих возможностях как субъекта интерактивного взаимодействия в системе методов активного обучения и др.

Таким образом, успешность процесса профессионального развития педагога напрямую зависит от мотивов, детерминирующих этот процесс, а также от уровня осознания и рефлексии своей профессиональной деятельности, способности проектировать конструктивные модели саморазвития. Все это, в свою очередь, обуславливает необходимость и целесообразность психологического сопровождения и обеспечения психолого-педагогических условий, повышающих эффективность процесса профессионального развития современного педагога.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации (Минздравсоцразвития России) от

26.08.2010 № 761н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих,

раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования»».

2. Арутюнян В.Э. Мотивационные тенденции в развитии профессиональной компетентности учителя // Научная компетентность молодых ученых: идеи, перспективы, направления: материалы Всероссийской научно-практ. конф. Армавир: Изд-во АГПУ, 2011. С. 54–56.

3. Горшков М.К., Ключарев Г.А. Непрерывное образование в контексте модернизации. М.: ИС РАН, ФГНУ ЦСИ, 2011. 232 с.

4. Фрумина Е.Л. Непрерывное образование для педагогов: модели и особенности // Непрерывное образование в политическом и экономическом контекстах. М.: ИС РАН, 2008. С. 274–292.

УДК 379.85

В.А. ДЕГТЯРЁВ, А.И. СЕСЁЛКИН

## **ДИВЕРСИФИКАЦИЯ НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА**

*Рассматривается диверсификация непрерывного профессионального образования в области устойчивого туризма как приоритетного направления подготовки туристских кадров. Анализируется опыт РМАТ в реализации процесса расширения содержания образовательных программ в области устойчивого туризма в системе «колледж – вуз – курсы дополнительного профессионального образования» и его научного и учебно-методического обеспечения.*

*Ключевые слова:* диверсификация, профессиональное образование, устойчивый туризм.

*Diversification of continuous professional education in the field of sustainable tourism as priority direction of tourism specialists training is considered. Experience of RIAT in realization of the expansion process of the educational programs contents in the field of sustainable tourism in the system “college – higher education institution – courses of additional professional education” and its scientific and educational and methodical providing is analyzed.*

*Key words:* diversification, professional education, sustainable tourism.

Система непрерывного профессионального туристского образования (ПТО) в России создавалась и развивалась в течение последних 45 лет с учетом как отечественного, так и международного опыта развития туризма, его роли в жизни общества [6]. При этом содержание ПТО формировалось для освоения необходимых знаний,

умений и навыков обучаемых с учетом их будущей карьеры в качестве работников современной туристской индустрии [4]. В условиях быстро изменяющегося туристского рынка от системы ПТО объективно требуется опережающее развитие, ее соответствие возможным перспективам туристской деятельности на основе диверсификации как содержания, так и форм и уровней ПТО [9].

Современными тенденциями мирового развития туризма стали приоритеты Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО): устойчивый, доступный и ответственный туризм [13], основанный на принципах и положениях Глобального этического кодекса туризма, принятого в Сантьяго (Чили) в 1999 г. на 13-й сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации. Этический кодекс туризма устанавливает комплекс ориентиров для ответственного и поступательного развития мирового туризма. В нем заложены идеи многих предшествующих аналогичных деклараций и действующих профессиональных кодексов, он несет в себе новое мышление, отражающее перемены в нашем обществе в начале XXI в.

Ведущими в туризме становятся понятия «устойчивое развитие туризма» и «устойчивый туризм» [2]. Устойчивое развитие туризма – это развитие туризма на основе рационального использования туристских ресурсов и всестороннего партнерства, при котором достигается баланс в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, учитываются интересы всех заинтересованных сторон (туристов, принимающих и направляющих дестинаций, местного населения). *Устойчивый туризм* обеспечивает оптимальное использование ресурсов окружающей среды, поддерживает социально-культурные особенности принимающих сообществ, обеспечивает жизнеспособность долгосрочных экономических процессов с учетом их выгоды для всех заинтересованных кругов.

*Ответственный туризм* – восприимчивый, мягкий, бережный, социально

ответственный туризм, оказывающий щадящее воздействие на природную и культурную среду дестинации [7]. Ответственный туризм направлен на рост экономики, экологической целостности и социальной справедливости.

*Доступный (безбарьерный) туризм* – это туризм, доступный для всех, независимо от постоянных или временных ограничений физических возможностей. Нередко сюда же относят и социальный туризм – путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды (Федеральный закон от 24.11.96 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») [1, с. 16].

Анализ существенных признаков, характеризующих данные определения, показывает, что понятие устойчивого туризма, по нашему мнению, представляется более общим, включающим основные характеристики двух других понятий. При этом важным является то обстоятельство, что термин «устойчивый туризм» часто употребляется в качестве синонима термина «устойчивое развитие туризма» и относится ко всем видам туризма и всем типам туристских дестинаций [10].

Именно в таком расширенном понимании мы используем данный термин в процессе анализа диверсификации непрерывного ПТО в области устойчивого туризма.

Таким образом, на современном этапе одной из главных задач, которые стоят перед профессиональным туристским образованием, является формирование нового отношения к традиционным ценностям туризма, воспитание ответственного туриста, ответственного организатора туристской поездки и программы пребывания (ту-

ра) и ответственного хозяина (принимающей стороны) в той или иной туристской дестинации, т.е. формирование принципиально новых профессиональных компетенций специалистов нового типа на всех уровнях непрерывной системы ПТО с использованием всех возможностей диверсификации профессионального образования: как расширения спектра образовательных программ и их содержания, так и форм и технологий обучения.

К основополагающим принципам диверсификации профессионального туристского образования относятся, в частности [9, с. 64]:

- принцип соответствия – удовлетворение потребности в квалифицированных кадрах, способных решать комплексные задачи современного туристского рынка;

- принцип качества профессионального туристского образования – необходимость повышения качества общеобразовательной и профессиональной подготовки в образовательных учреждениях и уровня требований к квалификации профессиональных кадров;

- принцип личностной направленности – удовлетворение потребности личности в многообразии образовательных услуг;

- принцип свободы выбора – расширение свобод профессиональных образовательных учреждений в предоставлении образовательных услуг.

Как показывает анализ, современное правовое обеспечение предоставляет новые возможности для реализации указанных принципов диверсификации профессионального образования в области устойчивого туризма.

В Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», при-

нятом 29 декабря 2012 г. и вступившем в действие с 01 сентября 2013 г., предусмотрены следующие уровни профессионального образования (ст. 10, п. 5):

- среднее профессиональное образование (СПО);

- высшее образование – бакалавриат;

- высшее образование – магистратура;

- высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации (аспирантура, адъюнктура, ординатура).

При этом в законе говорится, что система образования создает условия для непрерывного образования посредством реализации основных образовательных программ и различных дополнительных образовательных программ, предоставления возможности одновременного освоения нескольких образовательных программ, а также учета имеющихся образования, квалификации, опыта практической деятельности при получении образования (п. 7, ст. 10).

Формы профессионального образования согласно данному закону могут быть различными (очная, вечерняя, заочная), при этом может применяться форма организации образовательной деятельности, основанная на модульном принципе представления содержания образовательной программы (ст. 13), сетевая форма реализации образовательных программ (ст. 15), а также электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ст. 16).

Содержание профессионального образования определяется образовательными программами, формируемыми на основе Федеральных государственных стандартов (ФГОС). ФГОС третьего поколения предоставляют широкие возможности для диверсификации

содержания ПТО за счет вузовской (вариативной) составляющей учебного плана, включающей также дисциплины по выбору и факультативные дисциплины.

В соответствии с концепцией диверсификации ПТО в области устойчивого туризма, реализуемой в РМАТ, предусмотрено увеличение учебного времени на разделы дисциплин, связанные с устойчивым развитием туристских дестинаций; усиливается дифференциация в содержании обучения в зависимости от уровня профессионального образования, а также больше внимания уделяется доступному, также в широком смысле, туризму (безбарьерному и социальному).

На уровнях СПО и бакалавриата в основных образовательных программах, реализуемых академией, проблемы устойчивого развития туризма рассматриваются в дисциплине «Туризм и устойчивое развитие», а также в соответствующих разделах дисциплин «Экологические основы природопользования», «Основы туризма», «Туристско-рекреационное проектирование», «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Туристско-рекреационное ресурсоведение», «География туристских дестинаций России», «География туристских дестинаций стран мира», «Экология», «Особенности многонациональной России и туризм», «Правовое регулирование в туризме», «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности», «Региональное управление и территориальное планирование», «Эволюция и устойчивое развитие городов» и др.

На уровне магистратуры РМАТ по направлению «Менеджмент» в учеб-

ный план реализуемой, в том числе и в сетевой форме, с зарубежным вузом-партнером (Миланский университет Бикокка, Италия), инновационной магистерской программы «Менеджмент туристских дестинаций» [3] включены дисциплины, непосредственно ориентированные на вопросы устойчивого развития туризма, такие как «Концептология устойчивого развития туризма» в общенаучном цикле, «Туристика и туристские дестинации», «Экономическое и социальное прогнозирование развития туристских дестинаций», «Современные тенденции развития туристского рынка», «Менеджмент туристских дестинаций», «Менеджмент культурного разнообразия», «Правовое регулирование устойчивого развития туризма» (обязательные), «Менеджмент устойчивого развития туристских дестинаций» (по выбору) в профессиональном цикле, так и дисциплины, рассматривающие проблемы устойчивого туризма в соответствующих разделах своего учебно-тематического плана. К таким дисциплинам относятся «Межкультурная коммуникация» и «Этнология и этнополитика» в общенаучном цикле, а также ряд дисциплин по выбору в профессиональном цикле.

На уровне аспирантуры РМАТ проблемы устойчивого туризма подлежат рассмотрению в следующих дисциплинах учебного плана по научной специальности «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности в том числе: менеджмент; рекреация и туризм)»: «Основные направления экономического и социального развития туризма в России» и «Узловые проблемы стратегии менеджмента в туризме». Данная образовательная программа аспирантуры также реализуется и в сете-

вой форме совместно с зарубежным вузом-партнером (Университет Париж 1 Пантеон-Сорбонна, Франция).

Реализуемая концепция диверсификации непрерывного профессионального образования в области устойчивого туризма в системе дополнительного профессионального образования представлена модулями – образовательными программами Централных туристских курсов (ЦТК) РМАТ «Социальный туризм – оздоровление российской нации», «Безбарьерный туризм», «Развитие экологического и сельского туризма в регионах России», «Особенности многонациональной России и туризм», «Менеджмент туристских дестинаций», «Туристско-рекреационное ресурсосведение» [5] с использованием дистанционных технологий. Применение модульного подхода и дистанционных технологий позволяет слушателям ЦТК без отрыва от работы формировать собственную траекторию освоения профессиональных компетенций по выбранной тематике.

Вопросы устойчивого развития туризма регулярно рассматриваются в научных докладах и сообщениях профессоров, преподавателей, аспирантов и магистрантов на ежегодно проводимых РМАТ Международных форумах, Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» и Научной школе молодых ученых, аспирантов и магистрантов. Кафедрой по устойчивому развитию туризма в сотрудничестве с ЮНВТО совместно с Научно-исследовательской лабораторией (НИЛ) по устойчивому развитию туристских дестинаций Московского филиала РМАТ проводится мони-

торинг проблем устойчивого развития туризма в регионах России по методике ЮНЕП-ЮНВТО. Начат процесс формирования в филиалах академии научных лабораторий по устойчивому развитию туристских дестинаций – отделений кафедры по устойчивому развитию туризма в сотрудничестве с ЮНВТО. Академия является партнером Программы по устойчивому туризму 10-летней Рамочной программы ООН по устойчивому развитию, открытой в ноябре 2014 г. Результаты исследований послужат дальнейшей диверсификации ПТО в области устойчивого туризма и будут использованы в учебном процессе на всех уровнях образования, реализуемых РМАТ.

Проведенный анализ диверсификации непрерывного ПТО в области устойчивого туризма свидетельствует о том, что в РМАТ практически сложилось новое научное направление и образовательная область «Устойчивый туризм» со значимым набором образовательных программ, дисциплин, курсов, учебников и учебных пособий [1, 2, 7, 8, 11].

Вместе с тем, учитывая возрастающую роль социального туризма [12], весьма актуальной становится организация и проведение постоянно действующего дистанционного консультативного научного семинара «Устойчивое развитие и социальный туризм» с участием туристской общественности регионов России и филиалов РМАТ. Как при формировании тематики заседаний научного семинара, так и при дальнейшей диверсификации содержания образовательных программ на модульной основе целесообразно использовать результаты мониторинга туристских дестинаций по проблемам устойчивого туризма.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бавельский А.Д., Зорина Г.И., Ручин А.А. *Безбарьерный туризм в Москве: учеб.-метод. пособие / под науч. ред. И.В. Зорина. М.: Логос, 2011. 168 с.*
2. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. *Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник. М.: Советский спорт, 2008. 280 с.*
3. Диниц Г.Н., Лагушева Н.Н., Сесёлкин А.И. *Основная образовательная программа подготовки магистров по направлению 080200.68 Менеджмент «Менеджмент туристских дестинаций». Химки: РМАТ, 2010.*
4. Зорин И.В., Зорин А.И. *Профессиональное образование и карьера в туризме: учебник для вузов. М.: Советский спорт, 2005. 528 с.*
5. *Каталог программ дополнительного образования. 2014/2015 учебный год. Химки: РМАТ, 2014. 15 с.*
6. Квартальнов В.А. *Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристского назначения, культура мира, системы туристских миграций, педагогика, социология и стратегия управления: в 5 т. Т. 4. М.: Наука, 2002. С. 59–76.*
7. *Основы туризма: учебник для вузов / под научной редакцией Е.Л. Писаревского. М.: Кнорус, 2014. 478 с.*
8. Рассохина Т.В. *Менеджмент туристских дестинаций: учебник. М.: Советский спорт, 2014. 248 с.*
9. Сесёлкин А.И. *Диверсификация профессионального туристского образования: монография. М.: Советский спорт, 2003. 240 с.*
10. Сесёлкин А.И. *Устойчивое развитие туризма как приоритет ЮНВТО: постановка проблемы исследования // Вестник РМАТ. 2014. № 1 (10). С. 9–14.*
11. Трофимов Е.Н. *Особенности многонациональной России и туризм: учебно-методическое пособие; курс лекций. М.: Логос, 2014. 220 с.*
12. Трофимов Е.Н. *Социальный туризм – оздоровление российской нации. М.: Логос, 2013. 92 с.*
13. *UNEP and UNWTO Making Tourism More Sustainable (2005).*

УДК 378.147

П.А. РЯБОВ

## АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

*Рассматривается организация практического обучения студентов за рубежом. В основу анализа вошли школы гостеприимства Европы и Австралии.*

*Ключевые слова: студент, практическое обучение, школы гостеприимства.*

*The article considers organization of practical education abroad. The analysis included the schools of hospitality in Europe and Australia.*

*Keywords: student, practical education, schools of hospitality.*

Более ста лет назад в Швейцарии была организована первая школа гостиничного менеджмента. Она считается одной из самых известных и уважаемых школ гостиничного менеджмента.

Важной составляющей процесса профессионального обучения в Гостиничной школе Лозанны является возможность пройти производственную практику по избранной профессии в любой стране мира. Если студент учится по программе на степень бакалавра, то кроме производственного опыта, получаемого до изучения академических дисциплин, ему необходимо пройти производственную практику в середине обучения.

В течение третьего академического семестра предусмотрена полугодовая практика, которая дает студентам возможность получить новые практические знания в реальных рабочих условиях. За время данного вида практики студенты не только осваивают новые особенности будущей профессии, но совершенствуют знания иностранных языков, а также одной из важнейших компетенций успешной карьеры будущего работника туристской индустрии, навыка общения с клиентами.

Четвертый семестр полностью посвящен стажерской практике, которая является обязательной для всех и проходит на одном из предприятий сферы гостеприимства. Данный вид практики направлен на решение ряда задач, в первую очередь это способствование в приобретении профессиональных компетенций в реальном режиме на предприятии туристской индустрии и в гостеприимстве в частности, а во вторую очередь это возможность применения теоретических знаний на рабочем месте. Следует отметить, что поиском места прохождения своей практики, независимо от ее вида, занимается сам обучающийся. Отдел практики только может оказать консультационные услуги по той или иной проблеме, т.е. предоставить всю необходимую инфор-

мацию о предприятии во избежание устройства студента в гостиницу с репутацией, которая требует тщательной проверки. Или же студент может обратиться в отдел практики за советом по какой-либо проблеме с начальником того предприятия, на котором проходит практику.

Курс обучения в *Швейцарской школе гостиничного менеджмента* состоит из четырех модулей продолжительностью 23 недели и проходит на базе школы «Невшатель» и двух периодов по 23 недели каждый, обязательной профессиональной стажировки в гостинице или ресторане [1, 2].

Каждый модуль может быть освоен индивидуально. Первый год обучения занимает модуль СМ1 – «Управление организацией общественного питания», который включает в себя обязательную 23-недельную производственную практику. По окончании курса обучения выдается сертификат. Второй модуль FN1 изучается на втором году обучения, он посвящен управлению контактными службами гостиниц (службой гостиничного ресторана, хозяйственной службой, службой приема и размещения) и также предусматривает 23-недельную практику.

*Международная школа менеджмента отелей в Леуре (Австралия)* представляет собой работающий отель: студенты, живущие на территории, становятся постояльцами гостиницы и одновременно управляют ею. Студенты получают необходимые профессиональные компетенции ресторане с меню а la carte, на кухне, в хозяйственной службе, могут исполнять обязанности управляющих и младших руководителей. Это свидетельствует о том, что студенты школы за время обучения осваивают профессии нижнего и сред-

него звена в гостиничном предприятии, но имеют возможность повысить свои профессиональные навыки на месте управленца высшего звена в данной гостинице.

Программы обучения в школе соответствуют швейцарским, поэтому они базируются на равновесии практических и теоретических знаний. Семестры практической стажировки проходят на базе престижных гостиниц, ресторанов или других предприятий сферы гостеприимства, стажировка может быть как полный рабочий день, так и неполный, в зависимости от условий контракта.

*Университет Валенсии (Испания)* – один из известнейших высших учебных заведений Испании. Обучение проводится по разным специальностям. Специальность «Туризм и туроператорская деятельность» закреплена за факультетом «Экономика и право». Обучение осуществляется по двухуровневой системе образования.

Связано это с тем, что уже несколько лет Валенсийский университет работает в системе Болонского процесса. Ранее на территории Испании профессию в области туризма можно было получить только на уровне колледжа. И обучение было очень прикладным, например, крупнейший туроператор Испании – компания «Bercelo», занимающаяся также и отельным бизнесом, выходила с предложением-«заказом» в профильный колледж, вследствие чего набирались специализированные группы или группа студентов, которые по окончании трудоустраивались на предприятиях компании «Bercelo».

В дальнейшем ситуация развивалась следующим образом, выпускник колледжа в течение последующих шести месяцев работал в компании на ис-

пытательном сроке без оплаты труда, зато по окончании он распределялся в службы, которые соответствовали его квалификации, профессионализму и личным качествам. Ему назначался полный социальный пакет, достойная заработная плата, а также возможность выездов за рубеж с целью ознакомления с туристскими дестинациями мира. Все это способствовало тому, что каждые два-три года компания получала специалистов.

Но с течением времени, а особенно в связи интеграционными процессами в Европе, большей информированностью испанских студентов о программах ЕС (Европейского союза), а в частности о программе «Эразмус Мундус: Окно в европейское сотрудничество», ростом числа прибывающих в Испанию иностранных туристов возникла необходимость в подготовке кадров для туристской индустрии на высшем уровне образования. Так, уже с 2006 г. Валенсийский университет открыл специализацию «Туризм и гостиничное дело».

Закключив договоры с рядом колледжей, которые занимаются обучением испанскому языку, разработали схемы взаимодействия, в частности с колледжем «Costa de Valencia». Данная схема работала следующим образом, студент, направляющийся по программе «Эразмус Мундус: Окно в европейское сотрудничество» приезжал в Валенсию, сразу закреплялся за колледжем и начинал интенсивное изучение испанского языка (проводились как групповые, так и индивидуальные занятия). После этого он начинал занятия по своей специализации на том курсе, на котором бы он учился в своем «родном» университете. Проучившись год (полные два семестра), студент про-

ходил все необходимые итоговые испытания, фиксировались его балльно-рейтинговые оценки, после чего он возвращался в свою страну и продолжал обучение на следующем курсе.

Практика предполагается на каждом курсе обучения. Университет заключил договоры с рядом предприятий туристской индустрии, поэтому студент в течение года проходит практику в разных ресторанах города, а летом отправляется в один из прибрежных гостиничных комплекса, где и проводит всю летнюю практику. Занимаемая практикантом должность зависит не только от личных качеств и освоенных им в процессе обучения компетенций, но и от курса, на котором он обучается. Так, студент первого курса не может проходить практику в должности, которая предполагает постоянное

и многочасовое общение с клиентами отеля. После окончания каждой летней практики студенту выдается сертификат соответствия занимаемой должности и характеристика от руководителя подразделения отеля или ресторана. Все это способствует дальнейшему росту студента в качестве специалиста высокой категории.

Все сказанное выше говорит о том, что в современном образовательном пространстве мирно сосуществуют различные формы взаимодействия между образовательными учреждениями, учебными программами и студентами. Это также свидетельствует и о том, что будущий зарубежный специалист туристской индустрии может выбрать ту базовую систему, которая позволит в наибольшей степени раскрыть его потенциал.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ермилова Д.В. *Профессиональная подготовка в туризме за рубежом и в России*. М.: Советский спорт, 2005. 148 с.

2. Павлов О.Г. *Зарубежный опыт подготовки кадров для туризма // СПО. 2013. № 11. С. 54–55.*

Ж.В. ЖИРАТКОВА

---

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ  
ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ  
В ТУРИСТСКОМ ВУЗЕ**

---

*Для успешного профессионального роста специалист, работающий в туристском или гостиничном бизнесе, должен обладать не только профессиональными знаниями, навыками и умениями, но и владеть иностранным языком, чтобы использовать его в процессе взаимодействия с представителями других стран с иной культурой, обычаями и традициями. Адекватное речевое поведение требует освоения не только системно-языковых знаний, но и знаний законов, обычаев, национального менталитета страны изучаемого языка, что способствует межкультурной коммуникации и диалогу культур. Ключевые слова: межкультурная коммуникация, межкультурная компетенция, межкультурное взаимодействие, индустрия туризма и гостеприимства, коммуникативные навыки, профессиональная деятельность.*

*The article views the actual problematic of modern education – formation of cross-cultural competence of students in tourism college. To have a successful career, the tourism industry specialist must have a foreign language skills as well as professional knowledge and skills to be able to interact with foreign agents and cultural representatives.*

*Key words: multicultural communication, multicultural competence, multicultural interaction, tourism industry, communication skills, profession activity.*

Развитие в нашей стране индустрии туризма и гостеприимства как одной из ведущих отраслей экономики привело к увеличению количества высших и средне-специальных учебных заведений, готовящих специалистов для данной сферы, обладающих творческим потенциалом, организаторскими способностями, умениями прогнозировать и моделировать ситуации, принимать неординарные и ответственные решения, владеющих иностранными языками и способными к участию в межкультурной коммуникации, что является неотъемлемой составляющей профессиональной компетенции менеджеров индустрии туризма и госте-

приимства. Перед высшей школой была поставлена задача поиска таких подходов к обучению иностранным языкам, которые соответствовали бы изменяющимся запросам общества, а именно: способствовали бы формированию у студентов профессиональных знаний и умений, готовили бы их к взаимодействию с представителями других стран с иной культурой, обычаями и традициями.

На современном этапе традиционные подходы к профессиональной подготовке специалистов для индустрии туризма и гостеприимства не удовлетворяют социальный запрос общества на специалиста, способного успешно выполнять профессиональные функции в условиях межкультурного вза-

имодействия. В настоящее время знания только лексических единиц и грамматических правил уже недостаточно для того, чтобы считать себя специалистом, владеющим иностранными языками. Теоретические знания языка должны дополняться практическими умениями и навыками использования той или иной лексической единицы в конкретной ситуации. Для успешного профессионального роста специалист, работающий в туристском или гостиничном бизнесе, должен обладать не только профессиональными знаниями, навыками и умениями, но и владеть иностранным языком, чтобы использовать его для решения профессиональных задач в процессе взаимодействия с представителями другой культуры. При этом межкультурная коммуникация предполагает не только готовность человека принимать представителя иной культуры со всеми его национальными и ментальными особенностями, но и способность меняться самому.

Человека, владеющего чужим языком и не знающего чужую культуру, можно назвать «культурным монстром», которого даже прекрасное владение языком не спасет от недоразумений, ловушек или даже культурного шока. Культурные барьеры гораздо опаснее, неприятнее и выше языковых [3].

Все тонкости и вся глубина проблем межъязыковой и межкультурной коммуникации становятся особенно наглядными, а иногда и просто осознаваемыми при сопоставлении иностранных языков с родным и чужой культуры со своей родной, привычной [4]. Таким образом, для успешного межкультурного взаимодействия необходимо вырабатывать двойное видение, адекватно принимать другую культуру,

не теряя при этом своей собственной культурной идентичности, что и развивает межкультурную компетенцию [5].

При формировании межкультурной компетенции необходимо принимать во внимание особенности используемых в разговоре жестов, мимики, улыбки и др., так как именно эти элементы внеречевого поведения несут большую часть информации в процессе взаимодействия и часто становятся причиной непонимания в процессе коммуникации представителей различных культур [2].

В ходе обучения в вузе происходит качественный скачок в профессиональном развитии студента. В студенческие годы формируются основные идентификационные характеристики, выражающие принадлежность молодого человека к определенной профессии. Так, работа в туристском или гостиничном бизнесе требует наличия определенных качеств, таких как любезность, терпеливость, гостеприимство, вежливость. Профессионал, работающий в данной отрасли, должен быть коммуникабельным, мобильным, уметь работать в условиях многозначности. Для того чтобы данные идентификационные характеристики интенсивно развивались, необходимо на занятиях по иностранному языку моделировать и отрабатывать их в ситуациях, в которых может оказаться сотрудник турфирмы, ресторана или гостиницы (например, при бронировании номера или его аннулировании, при разработке тура или туристского маршрута и т.д.).

Преимущество игровой деятельности отметил Ю.П. Азаров. Игра – это диалог страстей, притязаний, побед и поражений, она способна стать новым способом общения, потому что ставит

перед каждым участником необходимость быть творцом, субъектом учебной деятельности, познавательной активности. Она непременно преодолевает монологическую ограниченность традиционного урока, традиционных форм обучения [1].

Применение на занятиях иностранного языка ролевых и деловых игр, кейсов, проектов, тренингов, погружающих в тонкости межкультурного общения в профессиональной сфере, мозговых штурмов, направленных на развитие коммуникативных навыков, позволяет варьировать речь в зависимости от изменения целей и условий общения, влияет на выбор языковых форм, а также позволяет полностью погрузиться в активное общение, прожить какое-то время в конкретной ситуации.

Использование на занятиях видеоматериалов позволяет обучающимся углубиться в сферу межкультурной профессиональной коммуникации и дает возможность моделировать множество ситуаций, имитирующих условия естественного иноязычного делового общения. Предпочтение следует отдавать тем материалам, которые передают особенности национального менталитета и общения и имеют ярко выраженную профессиональную направленность. Именно аутентичные фильмы демонстрируют целостные сценарии, наглядно представляющие социокультурную реальность, контекст и ситуацию общения в вербальном и невербальном поведении. Кроме того, использование аутентичных видеоматериалов позволяет разнообразить приемы обучения. Создаваемая в ходе просмотра зрительно-слуховая опора способствует лучшему усвоению и произвольному запоминанию

нового лексического, фонетического и грамматического материала. Не менее эффективно применение аутентичных видеоматериалов при повторении и закреплении, так как визуальный ряд позволяет лучше понять и усвоить как фактическую информацию, так и чисто языковые особенности речи.

Большую роль при обучении профессиональному языку играют и аутентичные материалы, для которых характерна более высокая степень достоверности – они содержат лингвострановедческую информацию. Для студентов туристских вузов это прежде всего туристские и рекламные проспекты, рекламы туристских маршрутов, достопримечательностей, гостиниц, ресторанов. Аутентичные тексты, направленные на изучение определенной темы и рассчитанные на людей, владеющих иностранным языком, вызывают живой интерес и у студентов. Подобные тексты этих изданий могут быть использованы для отработки устного и письменного понимания текста, изучения лексики по теме, приемов описания и преподнесения материалов, изучения стилей их написания, расширения кругозора, подготовки рекламных проспектов, разработки туристских маршрутов и т.п.

Одним из приемов оптимизации учебного процесса является моделирование реальной ситуации, или метод проекта, позволяющий подготовиться к профессиональной деятельности. Так, например, студенты, обучающиеся по профилю «Менеджмент гостиничных и ресторанных предприятий», проектируют отели, открывают рестораны, создают команды профессионалов и клиентов, каждый из которых в той или иной ситуации действует в зависимости от обстоятельств, соблюдая

при этом правила гостеприимства и хорошего тона. Обучающиеся по профилю «Менеджмент туризма» создают турфирмы, турагентства, туроператорские компании, разрабатывают нестандартные маршруты, идеальные туры, отвечающие запросам различных категорий туристов, презентуют и продают их.

Применение данного метода позволяет не только формировать и развивать лингвистические и профессиональные компетенции, но и стимулирует творческое воображение, умение работать в команде, развивает способность отстаивать свою точку зрения,

слушать и уважать мнение собеседника, проявлять толерантность к высказываниям участников проекта.

Таким образом, межкультурная компетенция в ее взаимосвязи с иноязычной коммуникативной компетенцией является показателем сформированности иноязычной компетентности студентов туристского вуза. Овладение межкультурной компетенцией будет способствовать успешной профессиональной деятельности: установлению партнерских отношений с представителями зарубежных стран – носителями других ценностей, традиций и обычаев, участию в диалоге культур.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Азаров Ю.П. *Искусство воспитывать*. М.: Просвещение, 1985.
2. Бостанжи А.П. *Тренинг преодоления межкультурных конфликтов*. М.: Артеник, 2008.
3. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. *Страноведение и преподавание русского языка как иностранного*. М.: Наука, 2001.

4. Гумбольдт В. *Язык и философия культуры*. М.: Прогресс, 1985.
5. Жираткова Ж.В. *Формирование коммуникативной компетенции в процессе изучения иностранных языков // Российский человек в «разломе эпох»: quo vadis?: материалы XV Междунар. науч.-практ. конф. Гуманитарного ун-та, 26-27 апреля 2012 г. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2012.*

Л.М. КОСМАЧЕВА, Е.А. КОРОВУШКИНА

---

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА  
(из опыта деятельности Высшей школы  
управления гостиничным и туристским  
бизнесом ВАТЕЛЬ – РМАТ)**

---

*Рассматриваются проблемы, возникающие в процессе обучения профессиональному иностранному языку в рамках международной совместной образовательной программы Ватель – РМАТ.*

*Ключевые слова: профессиональный иностранный язык, совместная программа, гостеприимство и ресторанный бизнес, мотивация, практики и стажировки.*

*This article describes the issues that are arising in the process of teaching professional foreign language within the framework of the international cooperative education program by Vatel – RIAT.*

*Keywords: professional foreign language, joint program, hospitality and restaurant business, motivation, practice and internships.*

Современный уровень развития человеческого общества, как общий, так и техногенный, а также его дальнейшая эволюция неразрывно связаны с прогрессивным развитием его качеств, как личностных, так и профессиональных. Профессиональной подготовке на современном этапе уделяется большое внимание, многие авторы говорят о переходе общества в новую эпоху развития, которую называют «информационным обществом», «обществом знаний» ввиду той роли, которую в ней играют знания и информация, а также «постиндустриальной эпохой», где образованию уделяется ведущая роль [3].

Одной из многих составляющих этой эволюции является профессионализм отдельно взятого человека,

который, в свою очередь, неразрывно связан с необходимостью изучения и овладения иностранным языком как на уровне повседневного общения, так и на соответствующем профессиональном уровне. В этой связи следует отметить огромное значение иностранного языка в плане его практического и профессионального применения.

Достижение высокого профессионального уровня зависит от множества факторов, одним из которых и является иностранный язык. Следует отметить, что профессиональные знания иностранного языка предполагают основательные знания общего иностранного языка. Немаловажную роль в достижении соответствующего профессионального уровня играет мотивация. Таким образом, мотивация должна быть неотъемлемой частью учебного процесса. В данном аспекте мотива-

ция включает в себя несколько составных, в том числе и заинтересованность преподавателя иностранного языка. С самого первого занятия преподаватель должен постоянно поддерживать заинтересованность своих студентов, используя приемы индивидуального подхода. Более ранний процесс адаптации к специфике профессиональных элементов в иностранном языке будет, безусловно, способствовать их лучшей и быстрой ассимиляции, которая, в свою очередь, будет стимулировать углубленное и более развернутое изучение профессионального иностранного языка. Ориентация на профессионализм закладывается уже на первом занятии. Постоянное стремление преподавателя найти оптимальные пути обучения иностранным языкам всегда остается актуальным, и в связи с этим значение первого занятия велико. Задача преподавателя – сориентироваться в новой группе и выяснить:

- на каком уровне сформированы лингвистические компетенции или не сформированы совсем;
- определить уровень мотивации в плане иностранного языка как общего;
- выяснить направленность в области профессиональной деятельности с целью более глубокого изучения элементов профессионального языка;
- выбрать методы обучения.

Естественно, на этом этапе данного обучения преподаватель и студенты будут сталкиваться с определенными трудностями. Грамотное введение соответствующего языкового материала с лексико-грамматическими элементами, относящимися к профессии, значительно сократит затраты времени и благотворно скажется на его усвоении студентами.

Одной из основных задач преподавателя иностранного языка является непрерывное поддержание интереса к данному аспекту их профессии. Само собой разумеется, что преподаватель должен обладать общими знаниями, касающимися профессии обучаемых студентов.

Как было сказано выше, оптимизация учебного процесса включает в себя также и непрерывное поддержание интереса у студента к своей будущей профессии посредством изучения иностранного языка. Такими действенными приемами, дающими видимые результаты, являются:

- разнообразие информации на иностранном языке, имеющей отношение к будущей профессии;
- поиск, тщательный отбор и презентации материала на иностранном языке преподавателем, непременным условием которых должен быть материал, включающий элементы, которые, безусловно, должны привлечь внимание и стимулировать дальнейший интерес студентов к овладению профессией посредством изучения иностранного языка;
- выполнение студентами домашних заданий, заключающихся также в поиске необычных фактов, интересных историй, возможно, курьезных случаев с их последующей презентацией на иностранном языке (например, история происхождения иностранных слов и их заимствование);
- привлечение преподавателей-носителей языка, преподавателей-профессионалов в соответствующей области для чтения лекций на иностранном языке с последующим практическим тренингом в специально оборудованном классе (например, изучение посу-

ды, с последующей сервировкой стола или бара).

Постоянное поощрение интереса, проявленного студентом, ведет к повышению его самооценки и, как следствие, к достижению высоких результатов.

Одним из вопросов из вопросов, который задает себе преподаватель, является следующий: как найти оптимальные пути обучения профессиональному иностранному языку? Безусловно, для его решения необходим комплексный подход.

Говоря о том, как это реализуется в рамках международной совместной образовательной программы Ватель – РМАТ, следует сказать, что данная программа открылась в 2005 г. и предусматривает обучение в течение 4 лет по подготовке бакалавров в области гостиничного, ресторанного и туристского бизнеса. Партнерами являются Российская международная академия туризма (РМАТ) и Институт Ватель – Высшая школа управления гостиничным и туристским бизнесом (Франция). Обучение проходит в Москве. Теоретические занятия ведут преподаватели из Франции, преподаватели РМАТ, прошедшие стажировку во Франции, привлекаются специалисты гостиничной, ресторанной и туристической сферы. В течение всего учебного года теоретические занятия чередуются с практическими. После 1-го курса студенты проходят длительную стажировку во Франции. После 2-го курса – стажировка в России. После 3-го и 4-го курсов – длительная стажировка во Франции и в других странах Европы на предприятии общественного питания или в гостинице. По итогам обучения студенты получают российский диплом бакалавра государствен-

ного образца по направлению «Менеджмент» и диплом бакалавра менеджмента Института Ватель негосударственного образца. Преподавание в России осуществляется по лицензионному соглашению, и это является первым опытом подобного сотрудничества в российском туристском бизнесе. Максимальное внедрение во время учебы в профессиональную среду, как российскую, так и зарубежную, позволяет всем выпускникам без проблем найти работу [1, 2].

В учебном плане Ватель – РМАТ профессиональный иностранный язык фигурирует уже на первом курсе. Начиная с базового курса общего языка, примеры даются из лексики ресторанного бизнеса и гостиничного хозяйства. При объяснении грамматического материала преподаватель дает пример фраз и речевых конструкций как из общего языка, так и из области будущей профессиональной деятельности студентов. Создание позитивно ориентированной направленности каждого занятия позволяет преподавателю построить курс дисциплины независимо от уровня знаний обучаемых студентов. Использование межпредметных связей и знаний студентов из дисциплин курса обучения дает возможность оптимизировать введение профессионального языка.

Теоретическое обучение с упором на практическое применение, а именно, практики и стажировки в тренинговой гостинице во Франции (г. Ним), в различных службах гостиницы и ресторана, непрерывная ротация при прохождении практики, а также самостоятельное участие в деятельности разных департаментов и служб позволяет студентам почувствовать не толь-

ко необходимость изучения профессионального языка, но и реализовать его на практике.

Таким образом, описанный выше

подход позволяет студенту видеть реальные перспективы его будущей профессии и самореализоваться в профессиональном плане.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Космачева Л.М. Профессиональная подготовка в условиях реализации совместной образовательной программы // Вестник Московского университета МВД России. 2010. № 9. С. 15–17.

2. Космачева Л.М. Коммуникативная под-

готовка в условиях реализации международной совместной образовательной программы // Образование. Наука. Научные кадры. 2010. № 4. С. 185–187.

3. Новиков А.М. Постиндустриальное образование. М.: Эгвес, 2008. С. 38.

## ПОДПИСКА

### Вестник РМАТ

*Научно-практический журнал,  
рассматривающий проблемы развития туристики как науки,  
экономики туристической индустрии, педагогические проблемы  
профессионального туристского образования*

#### Рубрики:

- Туристика
- Экономика туризма
- Педагогика профессионального образования

Подписаться на журнал можно в любом почтовом отделении по каталогу «Роспечать»: индекс **70032**

**Розничная продажа** журнала производится в библиотеке Российской международной академии туризма по адресу: г.о. Химки, мкр-н Сходня, ул. Горького, 7.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Алилуйко Е.А.** – канд. пед. наук, декан факультета менеджмента туризма РМАТ, профессор кафедры иностранных языков и зарубежного страноведения РМАТ, [dekanat-rmat@mail.ru](mailto:dekanat-rmat@mail.ru)

**Бухтеева Е.Е.** – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков Одинцовского гуманитарного университета, [el.buhteeva@yandex.ru](mailto:el.buhteeva@yandex.ru)

**Вайнер М.Э.** – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры профессионального развития педагогических работников Московского городского педагогического университета, [mvauner@mail.ru](mailto:mvauner@mail.ru)

**Гуляев В.Г.** – д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры менеджмента гостеприимства Московского филиала РМАТ, [mfmngcaf@gmail.com](mailto:mfmngcaf@gmail.com)

**Дегтярёв В.А.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, [slaike@inbox.ru](mailto:slaike@inbox.ru) (науч. руководитель А.И. Сесёлкин, д-р пед. наук, проф.)

**Ефремцева Т.Н.** – канд. пед. наук, доцент, завкафедрой иностранных языков и зарубежного страноведения РМАТ, [efremtseva3@rambler.ru](mailto:efremtseva3@rambler.ru)

**Жираткова Ж.В.** – канд. социол. наук, доцент, завкафедрой иностранных языков и гуманитарных дисциплин Московского филиала РМАТ, [zanna\\_z@mail.ru](mailto:zanna_z@mail.ru)

**Кальней В.А.** – д-р пед. наук, профессор, завкафедрой педагогики и психологии РМАТ, [nir-rmat@mail.ru](mailto:nir-rmat@mail.ru)

**Квартальнов А.В.** – д-р пед. наук, доцент, профессор кафедры Воскресенского института туризма – филиала РМАТ, [Chabanuk\\_oleg@mail.ru](mailto:Chabanuk_oleg@mail.ru)

**Коблев К.Р.** – магистрант РМАТ, [magistr-rmat@mail.ru](mailto:magistr-rmat@mail.ru) (науч. руководитель С.П. Шпилько, канд. экон. наук, доцент)

**Козырев В.М.** – д-р экон. наук, профессор, академик РАЕН, почетный работник высшего профессионального образования РФ, завкафедрой экономики и финансов РМАТ, [nir-rmat@mail.ru](mailto:nir-rmat@mail.ru)

**Коровушкина Е.А.** – доцент международной кафедры Ватель – РМАТ Московского филиала РМАТ, [kosmacheva@gmail.com](mailto:kosmacheva@gmail.com)

**Космачева Л.М.** – канд. пед. наук, доцент международной кафедры Ватель – РМАТ Московского филиала РМАТ, [kosmacheva@gmail.com](mailto:kosmacheva@gmail.com)

**Кубрушко П.Ф.** – чл.-корр. РАО, д-р пед. наук, профессор, завкафедрой педагогики и психологии профессионального образования ФГБОУ ВПО РГАУ им. К.А. Тимирязева, [kubrushko@msau.ru](mailto:kubrushko@msau.ru)

---

**Лагусева Н.Н.** – д-р пед. наук, профессор, проректор по учебно-методической работе РМАТ, lagusevan@mail.ru

**Мазала Роберта** – магистрант Миланского университета Бикокка – РМАТ magistr-rmat@mail.ru (науч. руководители: Роберто Комнено д’Отранто, профессор; Е.В. Мошняга, д-р филос. наук, доцент)

**Назарова Л.И.** – канд. пед. наук, доцент, профессор кафедры педагогики и психологии профессионального образования ФГБОУ ВПО РГАУ им. К.А. Тимирязева, nazarova@inbox.ru

**Педосюк Ю.Ф.** – магистрант РМАТ, magistr-rmat@mail.ru (науч. руководитель Е.В. Мошняга, д-р филос. наук, доцент)

**Пинской В.Н.** – магистрант Института биотехнологий и рыбного хозяйства МГУТУ им. К.Г. Разумовского, seshishov@mail.ru (науч. руководитель С.Е. Шишов, д-р пед. наук, проф.)

**Репина М.Г.** – канд. пед. наук, доцент, завкафедрой правового регулирования в туризме РМАТ, repinam@pochta.ru

**Рябов П.А.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, aspirantura@rmat.ru (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)

**Садиева Н.А.** – магистрант РМАТ, magistr-rmat@mail.ru (науч. руководитель Е.В. Мошняга, д-р филос. наук, доцент)

**Сесёлкин А.И.** – д-р пед. наук, профессор, завкафедрой ЮНВТО по устойчивому развитию туризма РМАТ, sesyolkin@rmat.ru

**Сикорская В.А.** – специалист факультета магистерской подготовки и аспирантуры РМАТ, magistr-rmat@mail.ru

**Трофимов Е.Н.** – д-р полит. наук, ректор РМАТ, rector@rmat.ru

**Хрусталева В.В.** – аспирант Московского городского психолого-педагогического университета, lshnejder@yandex.ru (науч. руководитель Л.Б. Шнейдер, д-р психол. наук, проф.)

**Чабанюк О.В.** – канд. экон. наук, профессор кафедры экономики и управления Воскресенского института туризма – филиала РМАТ, Chabanuk\_oleg@mail.ru

**Шнейдер Л.Б.** – д-р психол. наук, профессор, профессор кафедры педагогики и психологии РМАТ, lshnejder@yandex.ru

**Щедловская М.В.** – канд. экон. наук, главный специалист администрации Наро-Фоминского муниципального района, schmaria@yandex.ru

---

# CONTENTS

## TOURISM STUDIES

<b>Trofimov, E.N.</b> Social tourism in Russia and in Europe	3
<b>Repina, M.G.</b> Legislation provision of accommodation services by individuals	11
<b>Shedlovskaya, M.V., Gulyaev, V.G.</b> The modern trends of stable development of infrastructure of tourist destination	14
<b>Pinskoj, V.N.</b> Problems of development of ecological tourism destinations in the Voronezh region	21
<b>Sadieva, N.A.</b> Development of cultural tourism in the Republic of Azerbaijan	25
<b>Pedosiuk, Iu.F.</b> Problems of creating barrier-free environment and accessible tourism development	29
<b>Sikorskaia V.A.</b> Trends of medical and health tourism development in contemporary conditions	34
<b>Mazala, Roberta.</b> Building a theme park in Moscow region	41

## TOURISM ECONOMICS

<b>Kozyrev, V.M.</b> Theory of labour cost and theory of usefulness limit as the essential direction in modern economical science	46
<b>Kvartalnov, A.V., Chabanuk, O.V.</b> The problematic of HR training and management in innovation economics	56
<b>Koblev, K.R.</b> Re-branding as a promotion instrument of Moscow modern megalopolis	68

## PROFESSIONAL EDUCATION PEDAGOGY

<b>Kubrushko, P.F., Nazarova, L.I.</b> Actual problems of professional pedagogic education	73
<b>Buhteeva, E.E., Kalney, V.A.</b> Autonomous approach to pedagogics as a methodological category	78
<b>Shneider, L.B., Hrustaleva, V.V.</b> Association test as methodological basis of studying the social identity	83
<b>Laguseva, N.N.</b> Creative self-realization of the undergraduates in a tourism higher education institution	96
<b>Aliluiko, E.A.</b> Estimate means funds for basic education program high professional education structure	100
<b>Buhteeva, E.E.</b> The problem of developing a personal cognitive style	104

---

<b>Efremtceva, T.N.</b> Improvement of the professional tourism training content on the basis of international experience	108
<b>Vayner, M.E.</b> Motives obtain additional vocational education teachers	112
<b>Degtiarev, V.A., Seselkin, A.I.</b> Diversification of continuous professional education in the field of sustainable tourism	117
<b>Ryabov, P.A.</b> Analysis of foreign experience of organizing practical education of students	122
<b>Zhiratkova, Zh.V.</b> Forming the cross-cultural competence of students in the process of learning foreign language in tourism college	126
<b>Kosmacheva, L.M., Korovushkina, E.A.</b> Ways of optimization of teaching a professional foreign language (on the example of International Business School Hotel and Tourism Management VATEL – RIAT)	130
About the authors	134
Contents	136
The order of registration and provision of articles	138

---

## ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ

### **В редакцию представляются:**

1. Текст статьи, включая аннотации, рисунки, таблицы, библиографический список, список авторов и сведения о них, подготовленный на компьютере и распечатанный на белой бумаге формата А4 с четким и ясным шрифтом в двух экземплярах.

2. Электронный вариант статьи, подготовленный на IBM PC в формате MS Word for Windows. Для иногородних авторов допускается передача электронного варианта статьи по e-mail редакции.

3. Экспертное заключение, подготовленное доктором, или кандидатом наук, или специалистом в исследуемой области.

Статья должна быть подписана всеми авторами.

Ориентировочный объем публикации – не более 10 страниц.

*Первая страница статьи оформляется следующим образом:*

инициалы, фамилия автора; название статьи; краткая (не более 7 полных строк) аннотация и ключевые слова. Все перечисленные позиции – на русском и английском языках. Далее следует текст статьи.

### **Материалы статьи формируются**

в текстовом редакторе MS Word (версий 6.0 и более поздних) и предоставляются в стандартном формате DOC или кросс-формате RTF.

**Формат А4;** размеры полей: левого, правого, верхнего, нижнего – по 2 см. Шрифт Times New Roman размером 14 pt. Межстрочный интервал – полуторный (1,5).

Нумерация страниц обязательна.

**Таблицы.** Названия строк и столбцов таблицы и ее заголовок должны быть краткими, но без сокращений. Таблицы должны быть обязательно упомянуты в тексте.

**Иллюстрации.** Векторные рисунки представляются в формате файла WMF (Windows Metafile). Текст и линии на рисунке должны быть редактируемыми (текст не «в кривых»).

Полутоновые рисунки (фотографии) могут быть представлены в формате TIFF (без компрессии).

Использование MS Word не допускается.

Рисунки должны быть упомянуты в тексте, пронумерованы и иметь название.

### **Библиографический список**

приводится в конце статьи и оформляется согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»; не должен превышать 15 названий. Нумерация источников – в алфавитном порядке; ссылки даются в квадратных скобках.

**Список авторов** со сведениями о них оформляется отдельным файлом.

Необходимо указать: фамилию, имя, отчество полностью (на русском и английском языках); ученую степень, ученое звание; должность; место работы; контактный телефон, e-mail.

Для аспирантов указывается научный руководитель.

Электронная почта:  
vestnik-rmat@yandex.ru

# Российская международная академия туризма

141420, Московская обл., г.о. Химки, мкр. Сходня, ул. Октябрьская, 10  
тел. 8 (495) 574-23-00, www.rmat.ru

выпускает учебную и научную литературу для подготовки профессиональных кадров в сфере туризма и гостеприимства



## Особенности многонациональной России и туризм

Трофимов Е.Н.  
Учебно-методическое пособие; курс лекций  
М.: Логос, 2014. 220 с.

Содержит учебно-методические материалы, определяющие содержание, объем дисциплины, средства обучения и контроля освоения компетенций. Включает методические рекомендации, глоссарий, рабочую программу, курс лекций и другие материалы.



## Менеджмент туристских дестинаций

Рассохина Т.В.  
Учебник  
М.: Советский спорт, 2014. 248 с.

Отражены тенденции развития туристских территориальных систем – дестинаций различного масштаба, а также основные аспекты управления ими. Материал базируется на принципах устойчивого развития туризма и политике РФ в области развития туризма. Рассматриваются примеры как из зарубежного опыта, так и из практики отечественных органов управления туризмом.



## Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве

Родигин Л.А., Родигин Е.Л.  
Учебное пособие  
М.: Советский спорт, 2014. 208 с.

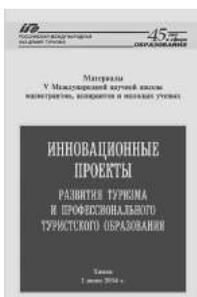
Теоретический курс по основам организации коммерческой деятельности туристских фирм с использованием интернета. Рассмотрены основные характеристики туристских интернет-ресурсов, специализированных российских и зарубежных туристских серверов, функциональные возможности интернет-проектов туристских дестинаций, фирм, гостиниц и электронных агентств.



## Международный туризм: Правовые акты

Сост. Н.И. Волошин, М.В. Михайлов  
М.: Логос, 2014. 576 с.

Представлены основные акты, регламентирующие международную туристскую деятельность. Приводятся документы о сотрудничестве государств – участников СНГ в сфере туризма, нормативные правовые акты Российской Федерации, акты международных организаций и сообществ в области туризма.



## Инновационные проекты развития туризма и профессионального туристского образования

Материалы V Международной научной школы магистрантов, аспирантов и молодых ученых  
М.: Логос, 2014. 280 с.

Рассмотрены инновационные проекты развития туристской индустрии. В контексте развития туристских дестинаций освещены процессы, связанные с модернизацией профессионального туристского образования.



## Социально-оздоровительный туризм как основа реализации социальной политики государства в целях устойчивого социально-экономического развития города Москвы

Материалы круглого стола, Москва, 20 марта 2014 г.

М.: Логос, 2014. 128 с.

Проанализирован имеющийся опыт реализации программ социально-оздоровительного туризма в г. Москве. Приводится текст рекомендаций Круглого стола, направленных в исполнительные структуры власти г. Москвы.

# «ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ»

Ежемесячный журнал для руководителей, преподавателей, научных сотрудников вузов, аспирантов и докторантов – для всех, кто интересуется проблемами образования и науки  
Рецензируемое издание ВАК в области педагогики, психологии и социологии

Подписка в агентствах «Урал-Пресс», «Роспечать»  
(индекс 80790) и в редакции журнала с любого месяца



Журнал «Высшее образование сегодня» – это:

- незаменимый источник актуальной информации для руководителей, профессоров и преподавателей, научных сотрудников вузов, аспирантов, докторантов и соискателей;
- научно-профессиональное и информационно-аналитическое издание по проблемам высшей школы и науки;
- открытая трибуна для обсуждения актуальных задач модернизации высшего образования, обмена опытом, критического осмысления имеющихся трудностей и проблем.

Журнал «Высшее образование сегодня» входит в утвержденный Высшей аттестационной комиссией Минобрнауки России Перечень рецензируемых журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук в области: **педагогике** (специальности 13.00.01; 13.00.02; 13.00.03; 13.00.04; 13.00.05; 13.00.08); **психологии** (специальности 19.00.00; 19.00.01; 19.00.02; 19.00.03; 19.00.04; 19.00.05; 19.00.06; 19.00.07; 19.00.10; 19.00.12; 19.00.13); **социологии** (специальности 22.00.01; 22.00.03; 22.00.04; 22.00.05; 22.00.06; 22.00.08)

**Все о высшем образовании в России и в мире  
ежемесячно на Вашем столе**

Справки по телефону (495) 221-50-16  
и электронной почте [vos-logos@mail.ru](mailto:vos-logos@mail.ru)  
Информация на сайтах: [www.hetoday.org](http://www.hetoday.org),  
[www.logosbook.ru](http://www.logosbook.ru)

## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

К публикации принимаются статьи объемом до 10 000 знаков, в отдельных случаях до 20 000 знаков (0,5 а.л.), которые должны быть направлены в редакцию электронной и обычной почтой. Желательно дополнить статьи таблицами и цветными иллюстрациями в виде рисунков, графиков, фотоснимков.

В сведениях об авторе должны быть указаны фамилия, имя, отчество (полностью), адрес, ученая степень и звание, сфера научных интересов, общее число научных трудов, а также предоставлена фотография автора с разрешением 300 точек на дюйм.

**Написано с умом,  
издано со вкусом,  
читается  
с интересом!**