

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

---

# ВЕСТНИК ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ СБОРНИК

Выпуск 9

ИЗДАТЕЛЬСТВО  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
2022

**ББК 65.432**  
**В38**

**В38**        **Вестник** индустрии гостеприимства : международный научный сборник. Выпуск 9. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 165 с.

ISBN 978-5-7310-5525-3 (вып. 9)  
ISBN 978-5-7310-3423-4

В выпуске № 9 представлены научные статьи участников Всероссийской научно-практической конференции «Региональные аспекты подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности: управленческие решения, образование, предпринимательские инициативы», которая прошла 27 октября 2021 года в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете. Оператором конференции выступила кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса факультета сервиса, туризма и гостеприимства.

Issue No. 9 of the international scientific digest «VESTNIK OF HOSPITALITY INDUSTRY» presents scientific articles of the participants of the All-Russian scientific and practical conference «Regional aspects of training for the hospitality industry, tourism and congress-and-exhibition activities: management decisions, education, entrepreneurial initiatives», which was held October 27, 2021, at the Saint Petersburg State University of Economics. The operator of the conference was the Department of Hotel and Restaurant Business of the Faculty of Service, Tourism and Hospitality.

**ББК 65.432**

ISBN 978-5-7310-5525-3 (вып. 9)  
ISBN 978-5-7310-3423-4

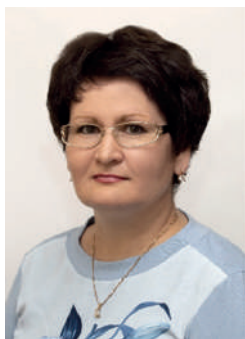
27 октября 2021 года в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете прошла Всероссийская научно-практическая конференция «Региональные аспекты подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности: управленческие решения, образование, предпринимательские инициативы». Конференция прошла в формате онлайн на платформе Zoom. Мероприятие проводилось в рамках Международной студенческой олимпиады «Экономика и менеджмент» (МСО-2021), которая прошла в 33 раз. На ней была представлена секция факультета сервиса, туризма и гостеприимства «Менеджмент туризма, гостеприимства и конгрессно-выставочной деятельности». Оператором конференции выступила кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса факультета сервиса, туризма и гостеприимства.

Мероприятие объединило профессиональную общественность в целях совместного поиска механизмов взаимодействия между образовательными организациями всех уровней, представителями бизнеса, органов управления для создания оптимальных условий развития регионов, обсуждения современных проблем подготовки кадров. В работе конференции приняли участие более ста пятидесяти человек из 25 регионов: представители бизнес-сообщества, сотрудники предприятий сферы туризма и гостеприимства, ученые, специалисты, руководители и профессорско-преподавательский состав профильных образовательных учреждений всех уровней.

В режиме видеоконференций прошла работа Пленарной сессии «Стратегические приоритеты и синергетические эффекты подготовки кадров для регионального развития индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности» (модератором Пленарной сессии выступила зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса, профессор Светлана Степанова) и две тематические сессии: «Коллаборация образования и бизнеса» (модератор Светлана Жукова, HR директор U PRO GROUP) и «Ресурсы и возможности сетевого взаимодействия образовательных учреждений» (модератор Ольга Архипова, профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса).

Представленные экспертами доклады вызвали живой интерес. В рамках заявленных тем участники смогли обсудить ключевые задачи развития кадрового потенциала индустрии гостеприимства, пути гармонизации управленческих решений, образовательных программ и предпринимательских инициатив с учетом стратегических целей развития экономики регионов, оценить совместные проекты в коллаборации образовательных организаций и бизнеса, осмыслить подходы к организации сетевого взаимодействия образовательных учреждений всех уровней, а также наметить перспективы межрегионального научно-образовательного сотрудничества.

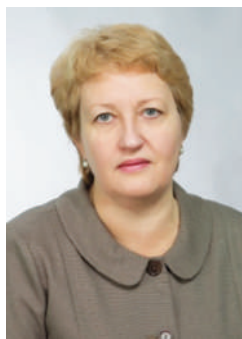
По результатам работы конференции представляем данный Сборник научных трудов.



ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР  
заведующая кафедрой  
гостиничного  
и ресторанного бизнеса,  
д.э.н., профессор  
Светлана Александровна  
СТЕПАНОВА



НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР  
д.ф.н., профессор кафедры  
гостиничного  
и ресторанного бизнеса  
Ольга Валерьевна  
АРХИПОВА



НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР  
к.т.н., доцент кафедры  
гостиничного  
и ресторанного бизнеса  
Наталья Борисовна  
КУЩЕВА



НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР  
к.к.н., доцент кафедры  
гостиничного  
и ресторанного бизнеса  
Анна Сергеевна  
СКОБЕЛЬЦИНА



ГОРБАШКО

Елена Анатольевна

проректор по научной работе  
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,  
доктор экономических наук, профессор

Добрый день, уважаемые участники конференции!

Мне очень приятно сегодня выступить с приветственным словом на Всероссийской научно-практической конференции, которая посвящена подготовке кадров в области индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности. Санкт-Петербургский государственный экономический университет формирует и уже долгие годы имеет развитую многоуровневую систему подготовки кадров в области туризма, конгрессно-выставочной деятельности и гостеприимства. Это даёт нам возможность организовывать серьёзные мероприятия в этой области и исследовать те современные компетенции, которые мы в дальнейшем используем в нашей работе по подготовке кадров.

Следует отметить, что в университете проводится большая научно-исследовательская работа, посвящённая развитию аспектов конгрессно-выставочной деятельности, индустрии гостеприимства и туризма, выполняются международные проекты. Среди них, например, концепция развития конгрессно-выставочной деятельности в Санкт-Петербурге. Это международный проект, посвящённый разработке рамки квалификаций в области туризма в России и Киргизии в рамках проекта Erasmus +, поддерживаемого Евросоюзом. В университете создан ресурсный центр по развитию туристских дестинаций, планируется создание центра ЮНВТО. Соответственно, вся эта большая работа имеет достаточно серьёзные научные исследования и результаты, которые мы используем в учебном процессе. Результатами этой деятельности университет с большой радостью делится с нашими партнёрами, как с учебными заведениями, академическими сообществами, так и с бизнесом.

Мне очень приятно, что факультет постоянно проводит различные мероприятия, посвящённые самым современным проблемам развития этой сферы. Сейчас, конечно, одна из важнейших проблем — как выжить туристической отрасли, конгрессно-выставочной деятельности, индустрии гостеприимства в условиях пандемии. Эти вопросы тоже будут обсуждаться на конференции. Не останутся в стороне проблемы цифровизации и другие интересные темы.

Я желаю успехов всем участникам конференции! Спасибо большое за хорошую организацию конференции, и надеюсь на дальнейшее развитие научно-исследовательской работы и научной деятельности совместно с нашим университетом.



**ЗОЛотоВА**

**Анна Владимировна**

главный специалист  
отдела региональных и международных проектов  
Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга

От лица Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга приветствую участников Всероссийской научно-практической конференции «Региональные аспекты подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности: управленческие решения, образование, предпринимательские инициативы».

Тема и повестка конференции, безусловно, крайне актуальны. Сегодня, в условиях реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» нам необходимо внутри профессионального сообщества комплексно подходить к решению проблем развития нашей сферы. Одной из ключевых становится задача подготовки кадров, специалистов с самыми современными «цифровыми» знаниями и навыками.

Проект «Туризм и индустрия гостеприимства» затрагивает все регионы России, поэтому так важно наладить реальное взаимодействие образовательных учреждений всех уровней по выстраиванию оптимальных сценариев деятельности. Как никогда востребована задача гармонизации управленческих решений, образовательных программ и предпринимательских инициатив с учетом стратегических целей развития экономики регионов, приоритетности инновационных подходов, задач развития внутреннего и въездного туризма.

Также назрела необходимость переосмыслить потребности и запросы рынка труда на специалистов, отвечающих потребностям развития конкретного региона. Особенно это важно в условиях пандемии и в постпандемийной реальности.

Желаю участникам конференции эффективной работы, продуктивного обсуждения современных проблем подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности!



## ШАДСКАЯ

Екатерина Валерьевна

директор Северо-Западного регионального отделения  
Российского Союза Туристской Индустрии

Уважаемые коллеги, рада приветствовать всех участников конференции! Конечно, обидно, что встречаемся только онлайн, но мы все прекрасно понимаем, что ситуация, которая сложилась сегодня, крайне непростая, поэтому хорошо, что встречаемся хотя бы в таком формате.

Безусловно, в туристической отрасли были проблемы, с которыми сталкивался и которые решал бизнес. Но ситуация, которая сложилась в отрасли в последние два года,

беспрецедентна. Самый главный вопрос сегодня — это, конечно, вопрос о том, как сохранить бизнес, сохранить возможность оказания качественных услуг. И, конечно, в этой связи остро стоит вопрос подготовки кадров. Индустрия гостеприимства всегда нуждалась в профессиональных кадрах, но ситуация, к которой мы пришли в данный момент, показывает, что сейчас этот вопрос особо актуален. И, конечно, это связано и с теми ограничительными мерами, и с теми периодами, когда бизнес в принципе не мог работать, и до сих пор ещё не может работать в некоторых отраслях.

Мы видим очень большой отток кадров из индустрии гостеприимства. Достаточно посмотреть данные HeadHunter: в период с января по сентябрь 2021 года запросы на персонал выросли в два раза на вакансии в индустрии HoReCa. Но полностью этот запрос от бизнеса удовлетворить невозможно, потому что количество тех резюме, которые присылаются на данный портал, сокращается. Все потому, что люди идут работать туда, где стабильная работа, стабильная зарплата. Такая же ситуация складывается и с гидами, долгое время они были без работы, и, конечно, это привело к оттоку кадров из профессии.

Мир меняется, меняется подход к формированию продукта и к его продвижению, продолжает стремительно меняться подход к продажам, появляются новые технологии. К сожалению, не все с этим справляются, не все успевают за этими изменениями. Ну и, конечно, если вопрос повышения заработных плат в отрасли не будет решён, то проблему практико-ориентированного подхода в системе образования, а такая проблема у нас все-таки существует, мы обязаны решать. Представители туристического бизнеса активно привлекаются ВУЗами к образовательному процессу, безусловно, мы берём на практику студентов. Но проблема остаётся, и, думаю, следующие выступающие будут обсуждать эту проблему и пути ее решения.

Мы с вами видим, что, к сожалению, очень маленький процент студентов, заканчивающих ВУЗ, идут потом работать в отрасль. Здесь, наверное, правильно обратить внимание ещё и на школьников, потому что именно они наши будущие студенты, и именно их нужно мотивировать уже в школе, чтобы они понимали, куда они идут учиться, на какой факультет, кем они станут после окончания ВУЗа. И сейчас, мне кажется, очень большое внимание нужно уделять именно профориентации школьников. Тогда впоследствии мы получим уже мотивированных и грамотных специалистов. В этом году институтом экономики и управления РГПУ им. Герцена, уже в пятый раз был проведен форум туризма, который мы поддерживаем. В рамках Всероссийского конкурса экскурсионных маршрутов «Открой любимую Россию» впервые была введена номинация «Лучший экскурсионный маршрут, разработанный школьниками». Это было очень интересно, и, порой, те маршруты, которые представляли школьники, были даже интереснее, чем у студентов. Я думаю, что в этом направлении нам нужно обязательно работать всем вместе, и ВУЗам, и бизнесу, и центрам занятости, и другим организациями профориентации. За этим будущее!

Желаю всем успешной, плодотворной работы, как в рамках конференции, так и за ее пределами. Спасибо большое!



## КОСТРЮКОВА

Оксана Николаевна

декан ФСТИГ, заведующая кафедрой СиКВД  
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,  
кандидат экономических наук, профессор,  
руководитель секции «Менеджмент туризма, гостеприимства  
и конгрессно-выставочной деятельности» МСО-2021

Уважаемые участники, коллеги, от всей души приветствую вас на нашем деловом мероприятии. Данное мероприятие в рамках Международной студенческой олимпиады в этом году проходит в формате конференции впервые. Конференция «выросла» из традиционно проводимого в программе олимпиады Круглого стола. Мы поняли, что обсуждаемые проблемы масштабны, и попробовали в этом году организовать конференцию, и, как говорили мои коллеги, действительно, проблема образования в секторе туризма, гостеприимства, конгрессно-выставочной деятельности сейчас актуальна. Перед системой образования в этой сфере стоит достаточно серьёзный вызов. Он обусловлен тем, что меняется подход к развитию туризма в стране. Мы достаточно резко сделали акцент на развитие внутреннего туризма, межрегионального туризма, и в этой связи каждый регион, и отдельно, и в содружестве с другими регионам, и в формате страны в целом начал прорабатывать свои идеи, свои приоритеты, менять стратегии развития туризма достаточно активно.

Развиваются новые территории, появляются новые туристские продукты, новые туристские маршруты, брендовые маршруты. Благодаря запущенному национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства» достаточно активно идёт поддержка на федеральном уровне инициатив регионов. И в этой связи новые приоритеты развития туризма диктуют необходимость вызова образованию в этом секторе. Необходимо тоже вносить существенные изменения в свою работу: мы должны перестроить наши образовательные программы под те потребности, которые на сегодняшний день в отрасли есть, если мы хотим, чтобы те студенты, которых мы обучаем, приходили в профессию и оставались в профессии.

Абсолютно поддерживаю все, что сказала Екатерина Валерьевна в отношении кадровой проблемы, достаточно серьезно обострившейся сейчас в нашей сфере. Студенты, которые приходят обучаться на эти специальности, должны видеть перспективу своей работы на достаточно длительный период. И для того, чтобы ее видеть, мы должны дать им определённые знания и навыки, чтобы они могли сами сформировать своё рабочее место или, придя к работодателю, найти своё рабочее место уже в новой сфере, с новыми приоритетами и с новыми подходами. И, надеемся, что в рамках этой конференции мы услышим интересные кейсы от наших коллег. Наш университет расскажет о своём опыте, о своей практике, о том, как мы перестраиваем образовательные программы, и что мы делаем для того, чтобы эта профессия была востребована достаточно длительный период в новых условиях развития туризма.

Желаю всем успешной работы и получения новых контактов, обмена опытом. Надеюсь, что из этого мероприятия вырастут иные мероприятия, которые будут посвящены этой тематике, может быть, в чуть более узком формате.



## СТЕПАНОВА

Светлана Александровна

заведующая кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса  
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,  
доктор экономических наук, профессор,  
модератор Пленарного заседания

Уважаемые участники конференции, от лица кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, оператора Всероссийской научно-практической конференции «Региональные аспекты подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности: управленческие решения, образование, предпринимательские инициативы», проводимой в рамках Международной студенческой олимпиады «Экономика и менеджмент — 2021», разрешите вас поприветствовать.

На конференцию зарегистрировалось более 140 участников из 21 региона. Это, несомненно, свидетельствует об актуальности темы конференции и о том, что в каждом регионе существуют свои региональные особенности, интересный опыт в проектах, инновациях по подготовке кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности, которыми коллеги хотели бы поделиться на конференции.

Мир, в котором мы живем, динамичен, и те цели и задачи в подготовке кадров для индустрии гостеприимства, туризма и конгрессно-выставочной деятельности, которые мы ставили совсем недавно, должны преобразоваться согласно новым вызовам бизнеса и экономики регионов. И, как уже было правильно замечено коллегами, в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», определены стратегические цели развития индустрии гостеприимства и туризма. Образовательным организациям важно в сложившейся нормативной базе подготовки кадров определить наиболее эффективные механизмы и инструменты подготовки кадров в соответствии с основными компетенциями будущего.

Эффективная реализация их возможна только в альянсе взаимодействия образовательных организаций, бизнеса и власти. Тот синергетический эффект, который мы можем получить от гармонизации управленческих решений, образовательных программ и предпринимательских инициатив при стратегически продуманных действиях, несомненен. Сегодня наши выступающие попытаются определить те направления взаимодействия, те мероприятия, подходы, которые, на наш взгляд, позволят повысить эффективность подготовки кадров для нашей индустрии.

Желаю всем успешной работы!



---

## ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<i>Аксенова Л.А., Князева А.Д.</i> СТУДЕНЧЕСКИЕ ЛАБОРАТОРИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА .....	12
<i>Ангелина И.А., Кожухова Е.С.</i> ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ПРЕДПРИ- НИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ .....	16
<i>Архипова О.В., Баландина Ю.В. (на английском языке)</i> ЭЛЕКТРОННОЕ ОБУЧЕНИЕ И ОНЛАЙН-ОЦЕНКА РАБОТЫ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ, ПОЛУЧЕННЫЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ .....	23
<i>Бабанчикова О.А.</i> О ДИВЕРСИФИКАЦИИ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА.....	26
<i>Баженова Т.С., Чернова Е.В., Баженова И.А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ .....	31
<i>Беломестнова М.Е.</i> АНАЛИЗ ОПЫТА УНИВЕРСИТЕТОВ ГЕРМАНИИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ УСТОЙ- ЧИВОГО ТУРИЗМА.....	38
<i>Булыгина И.И.</i> КАДРОВЫЙ ГОЛОД В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ.....	42
<i>Васина Е.В., Вахманова О.В.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	46
<i>Власенко Д.М., Горелая Л.В.</i> ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПО СТАНДАРТАМ WORLDSKILLS.....	51
<i>Волгин С.И.</i> СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ .....	55
<i>Воложанинова Т.В., Крылова Л.В.</i> ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	61
<i>Галанин С.Ф.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В Г. КАЗАНИ.....	66
<i>Гениевская Ю.С.</i> КЛАСТЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОСЕЛКЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ, КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	70

<i>Гордиенко Я.А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИДЖИТАЛ КОМПЕТЕНЦИЙ КАДРОВ В EVENT-ИНДУСТРИИ.....	74
<i>Гущин А.В., Корнеевец В.С.</i> РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КУРОРТНО-ПЛЯЖНОЙ ЗОНЕ КАЛИНИГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	78
<i>Дорохова В.А.</i> ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА АПАРТ–ОТЕЛЕЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.....	82
<i>Дыбок В.В.</i> ИНТЕГРАЦИОННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....	89
<i>Заугарова Е.В.</i> МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ.....	95
<i>Кальченко О.А., Нурулин Ю.Р., Скворцова И.В.</i> ОБЩЕЕ ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ И ФИНЛЯНДИИ — КОРОЛЕВСКАЯ ДОРОГА .....	99
<i>Крылова Л.В., Кульбида А.А.</i> ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....	102
<i>Кущева Н.Б.</i> МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ГОСТИНИЦ В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ COVID-19 .....	109
<i>Лаврова Т.А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА КВАЛИФИЦИРОВАННЫМИ КАДРАМИ .....	113
<i>Максимовская О.А.</i> ВИРТУАЛЬНЫЕ СОБЫТИЙНЫЕ ПРОЕКТЫ СТУДЕНТОВ КАК ДРАЙВЕРЫ НОВОЙ ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В ВУЗЕ .....	117
<i>Марухнова П.И., Ковряков Д.В.</i> К ПРОБЛЕМЕ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И СЛУЖАЩИХ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА.....	120
<i>Мурмилюк В.И.</i> ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ СОВМЕСТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА СОВМЕСТНО С ФИНСКИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ.....	124
<i>Нарзиев М.М.</i> РОЛЬ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ .....	127
<i>Романюк А.В.</i> ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» С УЧЕТОМ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА .....	130
<i>Семенова Л.В., Белоус Е.Д.</i> СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА .....	133

<i>Танина А.В.</i>	ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ТУРИЗМ» НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ (ГИЭФПТ) .....	137
<i>Устюжина А.Ю.</i>	ФОРМЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ БАКАЛАВРОВ СЕРВИСА...	142
<i>Цай Р.Д.</i>	ВОЗДЕЙСТВИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ИЗМЕНЕНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ В СТРУКТУРЕ РЕСТОРАННОЙ ОТРАСЛИ .....	147
<i>Черненко М.А.</i>	ПРИМЕНЕНИЕ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ «4К» КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	152
<i>Шевченко Е.Ю., Шепелева С.В.</i>	КОЛЛЕДЖ ТУРИЗМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА — РЕГИОНАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА .....	157
<i>Шиндина Ю.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ.....	162

*Аксенова Людмила Анатольевна*

старший преподаватель  
кафедра управления социальными и экономическими процессами  
Государственный институт экономики финансов права и технологий  
spb\_aks@mail.ru

*Князева Анастасия Дмитриевна*

бакалавр 4 курса  
факультет менеджмента, социальной работы и туризма  
Государственный институт экономики финансов права и технологий  
kniaz.nas@mail.ru

## СТУДЕНЧЕСКИЕ ЛАБОРАТОРИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

**Аннотация.** В статье рассматривается одна из важных структур высшего учебного заведения — студенческая лаборатория. Обосновывается ее роль как инновационного метода подготовки кадров в современном образовании для индустрии туризма и гостеприимства. Рассмотрены особенности студенческих лабораторий и их роль в повышении профессионализма и успешного освоения на рынке труда.

**Ключевые слова:** студенческая лаборатория; система образования; реализация научно-исследовательской деятельности.

*Aksenova Lyudmila A.*

Senior Lecturer  
Department of Social and Economic Management  
State Institute of Economics of Law and Technology Finance

*Knyazeva Anastasia*

bachelor 4-year student  
Faculty of Management, Social Work and Tourism  
State Institute of Economics of Law and Technology Finance

## STUDENT LABORATORIES AS AN INNOVATIVE ASPECT IN TRAINING FOR THE HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY

**Summary.** The article discusses one of the important structures of a higher educational institution — a student laboratory. Its role as an innovative method of training personnel in modern education for the tourism and hospitality industry is justified. The peculiarities of student laboratories in improving the quality of professionalism and successful development in the labor market are considered.

**Keywords:** student laboratory; the education system; implementation of research activities.

Во всех сферах жизни общества постоянно происходят изменения. Они бывают краткосрочные и долгосрочные.

К первым относятся преобразования, которые были выполнены за непродолжительный период времени. Например, во время пандемии людям довольно быстро пришлось начать работать дистанционно, но они так к этому привыкли, что до сих пор продолжают трудиться в таком формате.

К долгосрочным изменениям можно отнести то, что создавалось в течение большого количе-

ства времени. Например, у современного музея стало больше функций, теперь это не просто учреждение, которое собирает, хранит и предоставляет информацию, но и вид досуга.

Конечно же, эти изменения затронули и систему образования. Образование даёт человеку не только новые знания, но и жизненные установки, образ мышления, приоритеты и ценности. Именно поэтому очень важно интересно и эффективно подносить студентам информацию, чтобы они были заинтересованы в получении новых знаний.

Для восприятия и усвоения нового материала одной теории бывает недостаточно. В настоящее время, к традиционной системе обучения (лекции, чтение учебников и т. д.) внедряются лабораторно-практические работы.

Лабораторно-практические работы — это особый вид обучения, при котором студенты выполняют практические задания под руководством преподавателя в специально-отведенном для этого месте — лаборатории.

Лаборатория — это структурное подразделение университета, в котором студенты осуществляют научную и (или) научно-техническую деятельность. Она в своей деятельности руководствуется следующими документами:

— Федеральный закон от 23 августа 1996 г. N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»;

— Нормативно-правовые акты Министерства образования и науки Российской Федерации;

— Устав Университета;

— Приказы и распоряжения ректора;

— Положением о лаборатории и другое.

Рассмотрим основные формы научных работ, которые предоставляют институты для студентов:

— рефераты;

— эссе;

— научные проекты;

— курсовые и дипломные работы;

— написание научных статей и т. д.

В настоящее время у высших учебных заведений появилась тенденция открывать свои научно-исследовательские лаборатории. Это связано с тем, что большинство преподавателей стали уделять большое внимание практическим занятиям, так как с помощью них студенты начнут получать опыт, который потребуется им на будущей работе.

Обучающие смогут реализовать свою проектную разработку. Например, студент направления «Туризм» сможет организовать экскурсионную услугу, что, несомненно, ему пригодится в дальнейшем.

Также лаборатория необходима и для преподавателей. В ней они смогут организовать и провести фундаментальные, поисковые и прикладные научные исследования.

Некоторые университеты имеют высокие доходы от исследований и научных разработок. Для того чтобы их провести необходимо специально-оборудованное место. Получается, что с помощью лабораторий вузы смогут получать дополнительные материальные средства.

Например, в лабораториях авиации анализируют риски при оценке безопасности полетов, изучают вихревую интенсификацию теплообмена, аэромеханику тел с вихревыми ячейками, аэродинамику высотных строительных сооружений [1].

Так как такие учебные учреждения будут на слуху, то у них будет хорошая репутация. Туда будут стремиться поступить многие абитуриенты, что для вуза является критерием качества.

Также на большую роль лабораторно-практических работ в познании указывали многие выдающиеся ученые: М. В. Ломоносов, Д. И. Менделеев и другие [2].

Лаборатории необходимы для того, чтобы студенты имели помещение, в котором смогли реализовывать свои научно-исследовательские работы. Подготовка студентов к научно-исследовательской деятельности представлена в федеральных государственных образовательных стандартах (ФГОС) и является обязательной составной частью модели специалиста высшего профессионального образования [3].

С помощью новых разработок обучающиеся смогут повысить уровень знаний, опыт и свой профессионализм. Тем самым они смогут в будущем найти хорошую и высокооплачиваемую работу, так как они будут профессионалами в своей области. А это показатель качества в институтах, так как их главная цель — выпустить хороших специалистов.

Очень важно знать мнение об участии в научно-исследовательских работах у самих студентов. Для этого было проведено анкетирование у студентов 1 и 4 курса. В нём приняло участие 25 человек (15—1 курс, 10—4 курс).

В ходе исследования было выявлено то, что большинство студентов (68%) считают, что традиционные способы обучения (лекции, чтение учебных пособий, семинары и т. д.) не способствуют формированию адаптации на рынке труда. Они утверждают, что плохо усваивают материал (68%).

Также значительная часть обучающихся лучше воспринимают информацию через практику и практические занятия (80%), поэтому очень важно предоставлять им возможности самостоятельного роста (например, дать проблемную ситуацию, которую необходимо исследовать и решить).

Студенты считают, что научно-исследовательские работы сильно влияют на их профессиональный рост (76%). При этом обучающие отвечают,

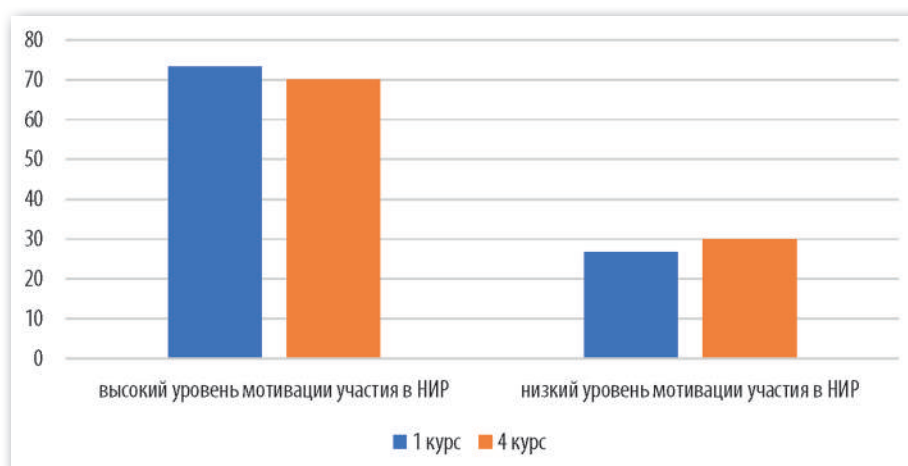


Рисунок 1 — Сравнение уровня мотивации участия в НИР среди студентов 1 и 4 курса (%)

что с удовольствием бы занялись новыми разработками (72%).

После анализа рисунка 1 видно, что студенты как 1, так и 4 курса заинтересованы в участие в научно-исследовательских работах.

Опрашиваемые, у которых низкая степень вовлеченности в научно-исследовательскую работу в институте, отвечают, что это связано с отсутствием мотивации (40%). Также они отмечают, что предложений мало и они не интересные (20%, 24% соответственно). 16% студентов считают, что мало информации, и они просто не знают о предложениях.

Данную категорию людей можно мотивировать на участие в НИР следующим образом:

- введение материального поощрения (44%);
- введение дополнительных баллов (32%);
- получить общественное признание (грамоты, награды и т. д.) (24%).

Самые популярные виды научно-исследовательских работ, в которых хотели бы поучаствовать опрашиваемые:

- написание научных статей и реализация научных проектов (60%);
- работа в лаборатории (52%);
- работа над грантами (24%).

Проанализировав рисунок 2, можно сделать вывод о том, что большинство студентов старших курсов стремятся поработать в лаборатории и над грантами, а 1 курс — в написании научных статей и проектов.

Но, к сожалению, немногие студенты принимали участие в данных видах работ.

Студентам был задан вопрос «Что, по Вашему мнению, не хватает для полноценных занятий научно-исследовательской деятельностью?». Ответы были следующие:

- свободного времени — 60%;

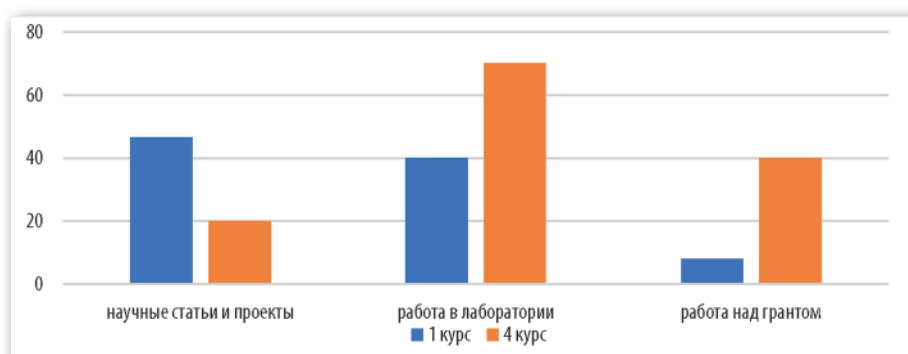


Рисунок 2 — Самые распространенные формы НИР, в которых хотели бы участвовать студенты

— специального помещения (лабораторий) — 44%;

— научных руководителей, желающих работать со студентами — 25%;

— информированности студентов о возможности занятия научно-исследовательской деятельностью — 25%;

— технических средств — 25%.

После анализа анкетирования можно сделать вывод о том, что обучающиеся заинтересованы в НИР. Они считают, что традиционных форм обучения не хватает для того, чтобы стать профессиональным работником. В основном это связано с тем, что значительное количество опрошенных в большей мере воспринимает информацию через практические занятия.

Большинство студентов, у которых низкая степень вовлеченности в НИР, обосновывают это тем, что у них мало мотивации. Для того чтобы они участвовали необходимо внедрить мате-

риальное поощрение, давать дополнительные баллы.

Самыми популярными формами научно-исследовательских работ является написание научных статей и реализация научных проектов, работа в лаборатории, работа над грантами. Можно заметить, что особое внимание четверокурсники уделили лаборатории.

Также 44% студентов ответили, что причина, по которой они не могут заниматься НИР — отсутствие специального помещения (лаборатории).

Таким образом, лаборатории в институтах необходимы по следующим причинам:

1) для реализации научно-исследовательской деятельности среди студентов и преподавателей;

2) для получения дополнительных доходов от научных разработок;

3) для повышения качества современного высшего образования.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маковкина Л.Н. Значимость лабораторно-практических работ в учебном процессе / Л.Н. Маковкина, Е.И. Сорокина, Д.В. Сыроежкина // Педагогика сегодня: проблемы и решения: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, март 2018 г.). — Казань: Молодой ученый, 2018. — С. 46–47.

2. Востребованная наука [Электронный ресурс] URL: <https://na.ria.ru/20200409/1569731910.html> (дата обращения 12.10.2021).

3. Роль научно-исследовательской работы студентов вуза в подготовке будущих специалистов [Электронный ресурс] URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%81%D0%B8%D1%8F/Downloads/rol-nauchno-issledovatel'skoy-raboty-studentov-vuza-v-podgotovke-buduschih-spetsialistov.pdf> (дата обращения 26.10.2021).

*Ангелина Ирина Альбертовна*

д.э.н., профессор  
кафедра туризма  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского  
irinaangelina5566@gmail.com

*Кожухова Екатерина Сергеевна*

аспирант  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского  
ekaterinakozhukova@mail.ru

## ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

**Аннотация.** Исследование посвящено проведению оценки системы формирования управленческих решений в предпринимательских структурах. Разработана логическая структура параметров качества системы формирования управленческих решений, которая позволят оценить качество как элементов системы, так и системы в целом.

**Ключевые слова:** управленческие решения, управление, контроль, оценка эффективности, риск.

*Angelina Irina A.*

Doctor of Economics, Professor  
Department of Tourism  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

*Kozhukhova Ekaterina S.*

graduate student  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

## ASSESSMENT OF THE SYSTEM FOR FORMING MANAGEMENT DECISIONS IN BUSINESS STRUCTURES

**Summary.** The study is devoted to assessing the system of forming managerial decisions in business structures. A logical structure of the quality parameters of the system of management decisions has been developed, which allow assessing the quality of the elements of the system and the system as a whole.

**Keywords:** managerial decisions, management, control, efficiency assessment, risk.

В условиях нестабильной внешней среды практическое решение проблем эффективного функционирования предприятий в большей степени зависит от степени качества принятых и реализованных управленческих решений. А качество, в свою очередь, зависит от эффективности процесса принятия управленческих решений на каждом этапе обоснования, принятия и реализации управленческих решений. Следовательно, подтверждается необходимость разработки соответствующей методики оценки качества процесса принятия управленческих решений с целью использования ее результатов в процессе

управления. Именно от правильной организации проведения оценки зависит эффективность процесса управления в целом и как следствие, его результата — принятие качественного управленческого решения [3, 4]. Цель оценки качества системы формирования управленческих решений заключается в установлении соответствия фактического состояния системы определенным критериям качества, а также оценить обоснованность разработки и эффективность реализации управленческих решений внутри самого предприятия. По своей сути оценка качества процесса принятия управленческих решений долж-



на дать ответ на вопрос о способности субъектов организовать процесс управления за определенными объектами.

Анализ мировой и отечественной практики исследуемого процесса ясно указывает на существование объективной и растущей потребности на рынке услуг по управленческому консультированию в разработке подробно реализуемого на практике алгоритма проведения качества процесса разработки и принятия управленческих решений.

При рассмотрении сущности системы формирования управленческих решений к основным ее элементам нами были отнесены следующие элементы: объект, субъект, процесс и результат процесса разработки и принятия управленческих решений. Логика рассуждений ведет к мысли о том, что эти элементы должны быть исследованы в процессе оценки системы формирования управленческих решений.

Для формирования логической структуры параметров качества всей системы необходимо выделить параметры в разрезе каждого из ее элементов, которые должны характеризовать основное свойство всей системы. В свою очередь критерии представляют собой совокупность признаков, характеризующих состояние каждого параметра отдельно. Все это позволит составить комплексную систему критериев для определения качества процесса разработки и принятия управленческих решений. Так, нами были выделены основные параметры качества системы формирования управленческих решений в разрезе ее элементов.

Разработана логическая структура параметров качества системы формирования управленческих решений создаст основу для определения критериев, которые позволят оценить качество как элементов системы, так и системы в целом (рисунок 1). Самым распространенным методом получения информации качества процесса принятия управленческих решений в предпринимательских структурах является опрос сотрудников предприятия на разных уровнях управленческой иерархии, а именно: собственников предприятия (руководителей) и их заместителей, топ-менеджеров и ведущих специалистов на основе специально составленной анкеты. Это связано с тем, что на отечественных предприятиях наблюдается существенное различие между мнениями представленных трех групп, что связано с особенностями принятой модели управления, а также уровнем образования и опытом работы.

Анкетирование — это наиболее простой способ обратной связи с сотрудниками, позволяющий выяснить объективное отношение персонала предприятия к определенному направлению его деятельности [1, 2, 3]. Так, с помощью заранее заготовленных вопросов можно получить более подробную информацию о качестве процесса принятия управленческих решений на предприятии.

Исследование проводилось методом закрытого анкетирования среди предпринимателей Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики. Преимущество закрытого анкетирования заключается в том, что субъект контроля получает конкретный ответ на поставленный вопрос и не оставляет субъекту проверяемого возможности уйти от ответа. От того, насколько будет полным и правильным перечень вопросов зависит эффективность процесса контроля в целом.

Структура анкеты оценки качества процесса принятия управленческих решений представлена в таблице 1.

С точки зрения практики контроля важны не только качественные (описательные) характеристики системы формирования управленческих решений, но и количественные показатели. Обобщение данных, полученных в результате оценки качества системы процесса принятия управленческих решений, возможно только на основе определенного механизма трансформации результатов оценки. Так, оценку системы по каждому критерию необходимо проводить с помощью присвоения баллов, соответствующих уровню качества, что позволит обеспечить объективность результатов оценки.

Разработанная нами в ходе исследования форма анкеты включает в себя 3 варианта ответа, а именно: «да», «иногда» и «нет», где каждому из критериев был присвоен соответствующий балл («да» — 1 балл, «иногда» — 0,5 баллов, «нет» — 0 баллов). После чего определяется общее количество набранных баллов и формируется вывод о качестве процесса подготовки и принятия управленческих решений на предприятии (таблица 2). Следовательно, максимальное количество баллов является 50 баллов. Набранные баллы интерпретируются в соответствии с его уровнем качества процесса принятия управленческих решений, а именно: низкий, ниже среднего, средний, достаточный и высокий.

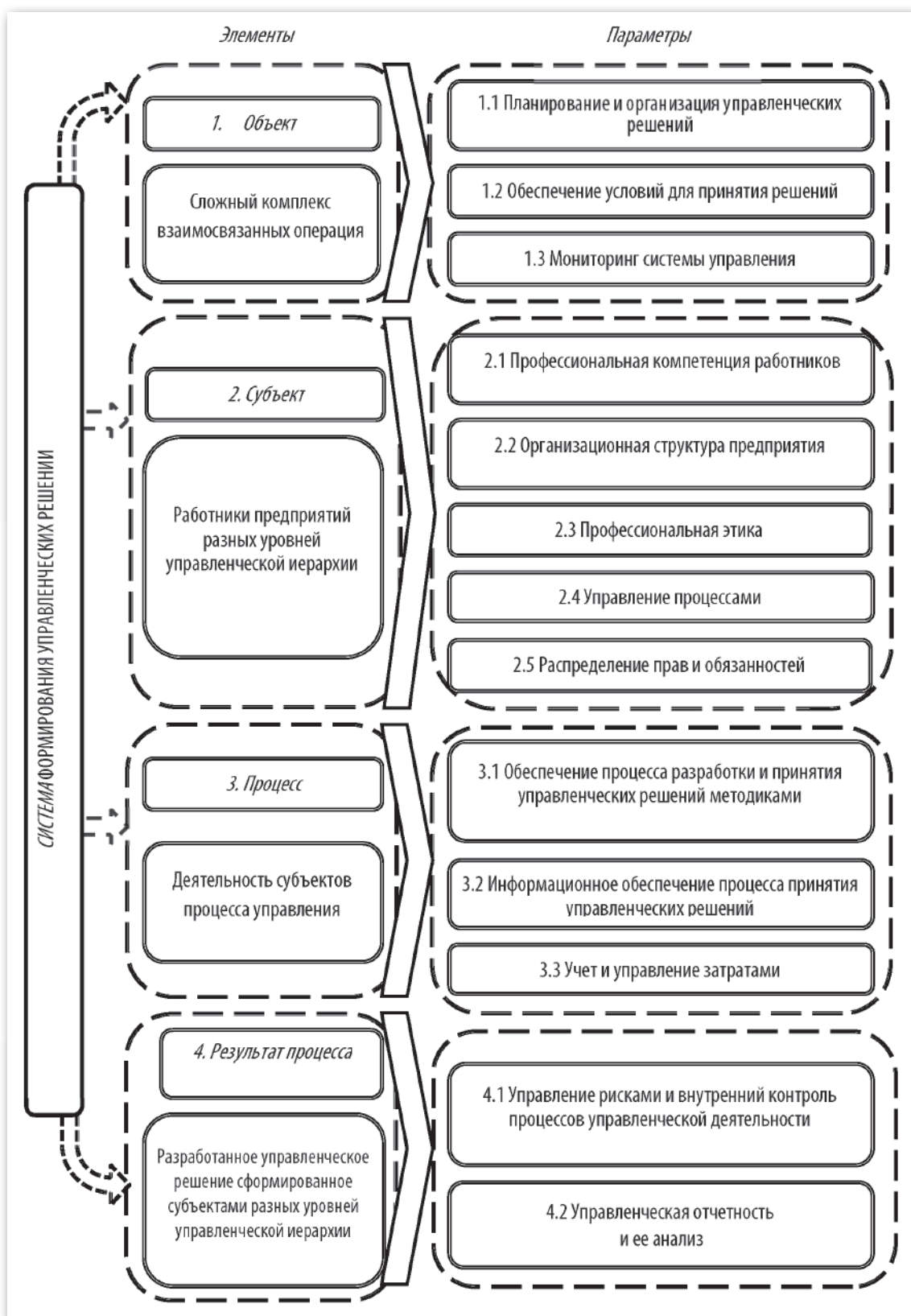


Рисунок 1 — Параметризация качества элементов системы формирования управленческих решений

Таблица 1

## Структура анкеты оценки качества процесса принятия управленческих решений

Параметры и критерии	Анкета тестирования	Вариант ответа		
		Да	Иногда	Нет
<b>1. ОБЪЕКТ</b>				
<b>1.1 Планирование и организация управленческих решений</b>				
Совместимость управленческих решений с другими целям	1.1.1 Совместимы ли управленческие решения с другими целями предприятия в рамках общего решения более высокого порядка?			
Достижение целей в установленные сроки	1.1.2 Принятые управленческие решения обеспечивают достижимость целей предприятия в установленные сроки?			
Оценка разработанных и принятых управленческих решений	1.1.3 Соответствуют ли разработанные и принятые управленческие решения реальным возможностям предприятия?			
Ключевые показатели успеха	1.1.4 Определяются ли ключевые показатели успеха?			
...	...	...	...	...

Таблица 2

## Интерпретация результатов анкетирования руководителей и их заместителей, топ-менеджеров и ведущих специалистов предприятий

Диапазон баллов	Характеристика качества управленческого решения	Уровень качества процесса принятия УР
5–10	Процесс принятия управленческих решений на предприятии является неэффективным, что обусловлено низкой заинтересованностью руководителей, менеджеров разных уровней управления и ведущих специалистов предприятия	Низкий [0–0,2]
11–20	Процесс принятия управленческих решений осуществляется исходя из логических соображений или даже интуиции, а принятие управленческие решения не всегда являются эффективными и экономически целесообразными	Ниже среднего [0,2–0,4]
21–30	Процесс принятия управленческих решений осуществляется на научно обоснованном подходе, учитывающим особенности деятельности предприятия	Средний [0,4–0,6]
31–40	Процесс принятия управленческих решений является эффективным, так как решения принимаются на основе рационального анализа и опыта предыдущих поколений, собственного опыта и знаний, полученных в процессе обучения	Достаточный [0,6–0,8]
41–50	Процесс принятия управленческих решений является оптимальным. Эффективность управленческих решений на предприятии определяется многими количественными и качественными факторами технико-технологического, социально-экономического и организационного характера	Высокий [0,8–1]

Апробация предложенной методики оценки качества процесса принятия управленческих решений была проведена на 10-и субъектах предпринимательской деятельности Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики в количестве 160 человек, среди которых:

1) малые предприятия: Гостиница «Шафран», ООО «Омега», ЧП «Водолей»;

2) средние предприятия: Отель «Шахтер Плаза», ООО «Омега плюс», ПАО «Луганский завод горного машиностроения»;

3) крупные предприятия: ООО «Артемида», ЧАО «Амвросиевский хлебозавод», ООО «Галактика», ПАО «Луганский мясокомбинат».

Диагностика системы формирования управленческих решений была проведена по рекомендованной нами методике и осуществлялась в четыре этапа: оценка объектов системы, оценка объектов, оценка процессов, оценка результатов процесса системы формирования управленческих решений.

На первом этапе диагностики в ходе нашего исследования было изучено состояние каждого элемента системы маркетинговой деятельности исследуемых предприятий. В свою очередь оценка параметров определялись по бальной системе и базировались на субъективных мнениях экспертов.

Количество характеристик, которые оцениваются по каждой группе одинакова на каждом исследуемом предприятии. В свою очередь количество экспертов, участвующих в опросе разная: по группе руководителей и их заместителей — 3; топ-менеджеров — 7; ведущих специалистов — 6.

Количество респондентов по уровням управления представлена в таблице 3.

Обработка результатов анкетирования заключается в расчете среднеарифметического значения оценки качества процесса принятия управленческих решений отдельно по каждой категории работников.

Уровень качества процесса принятия управленческих решений на малых, средних и крупных предприятиях представлены на рисунках 2—4.

Таблица 3

Количество респондентов по уровням управления

Должность респондента	Количество респондентов	
	чел.	%
Руководители и их заместители	30	18,75
Топ-менеджеры	70	43,75
Ведущие специалисты	60	37,50
Итого	160	100



Рисунок 2 — Уровень качества процесса принятия управленческих решений на малых предприятиях (баллы)

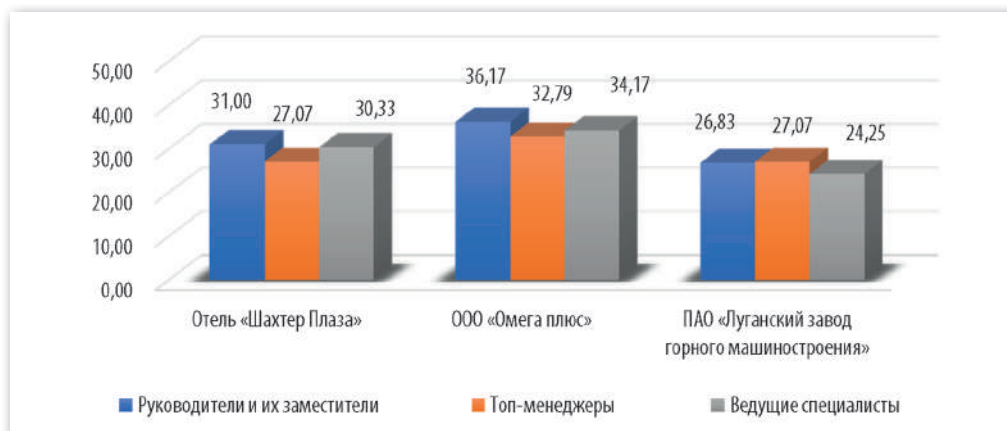


Рисунок 3 — Уровень качества процесса принятия управленческих решений на средних предприятиях (баллы)



Рисунок 4 — Уровень качества процесса принятия управленческих решений на крупных предприятиях (баллы)

Как свидетельствуют результаты проведенного исследования на предприятиях разных форм собственности, видов деятельности и масштабов бизнеса, в целом наблюдается недостаточно высокий уровень качества процесса принятия управленческих решений. Следовательно, можно утверждать, что для успешного функционирования предприятий в условиях высокой конкурентной борьбы и нестабильности внешней среды необходимо разрабатывать на предприятии эффективную систему формирования управленческих решений.

Согласно полученным результатам уровня качества процесса принятия управленческих решений среди исследуемых предприятий Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики нет предприятий с высоким уровнем качества процесса принятия управленческих решений.

Так, у большей части исследуемых предприятий выявлен средний уровень, к таким относятся: малый бизнес — ООО «Омега»; средний бизнес — ПАО «Луганский завод горного машиностроения»; крупный бизнес — ООО «Артемида», ЧАО «Амвросиевский хлебозавод», ООО «Галактика», ПАО «Луганский мясокомбинат».

К предприятиям с достаточным уровнем качества процесса принятия управленческих решений относятся предприятия: Гостиница «Шафран», ЧП «Водолей», Отель «Шахтер Плаза», Отель «Омега плюс».

Таким образом, предложенная методика позволяет повысить эффективность деятельности предприятия без дополнительного вложения ресурсов (материальных, финансовых, человеческих и других).

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Асаул А.Н. и др. Теория и практика разработки принятия и реализации управленческих решений в предпринимательстве / А.Н. Асаул, В.П. Грахов, О.С. Коваль, Е.И. Рыбнов; под ред. заслуженного деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, профессора А.Н. Асаула. — СПб.: АНО «ИПЭВ», 2014. — 304 с.

2. Рындач М.А. Условия обеспечения качества и эффективности управленческих решений туристского предприятия // Таврический научный обозреватель. — 2017. — №1(18). — С. 41–46.

3. Сологубова Л.А. и др. Принятие решений с помощью метода анализа иерархий // Инновации в науке. / Л.А. Сологубова, О.В. Трунькина, Ф.Н. Байбекова, А.А. Кулаков. — 2018. — №. 4 (80). — С. 11–14.

4. Хайруллина А.Р. Оценка эффективности управленческих решений в предпринимательстве / А.Р. Хайруллина, Н.М. Блаженкова // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. — 2018. — №2(24). — С. 96–102.

*Архипова Ольга Валерьевна*

д.ф.н, профессор  
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
olva@list.ru

*Баландина Юлия Вадимовна*

тьютор  
Центр изучения иностранных языков  
Национальный исследовательский университет ИТМО  
yulokbal@gmail.com

## **ЭЛЕКТРОННОЕ ОБУЧЕНИЕ И ОНЛАЙН-ОЦЕНКА РАБОТЫ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ, ПОЛУЧЕННЫЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

**Аннотация.** Во время пандемии COVID-19 академические учреждения оперативно перевели образовательную деятельность в формат электронного обучения. В статье описывается опыт процедур онлайн-обучения и оценки. Исследуется влияние электронного обучения и оценивания на успеваемость студентов и работу преподавателей, а также проблемы их устойчивости. Авторы зафиксировали количество и продолжительность различных онлайн-образовательных мероприятий во время пандемии COVID-19. Для преподавателей и студентов были организованы учебные занятия по различным процедурам виртуальных классов и онлайн-оцениванию. Был проведен опрос удовлетворенности студентов и фокус-группы сотрудников об опыте онлайн-обучения. В настоящем исследовании рассматриваются преимущества электронного обучения и оценивания, среди них: более высокие достижения студентов и перспективное восприятие персонала с очевидным улучшением их технологических навыков. Эти результаты подтверждают перспективность внедрения большего количества онлайн-курсов.

**Ключевые слова:** COVID-19, электронное обучение, онлайн-оценка, пандемия, виртуальный класс.

*Arkhipova Olga V.*

Doctor of Philosophy, Professor  
Department of Hotel and Restaurant Business Saint-Petersburg state university of economics

*Balandina Yuliia V.*

tutor  
Foreign Language Training Center ITMO University

## **E-LEARNING AND ONLINE ASSESSMENT: EXPERIENCE GETTED DURING THE PANDEMIC PERIOD**

**Summary.** During the COVID-19 pandemic, academic institutions are promptly shifting all educational activities to the e-learning format. This work describes concurrent procedures for online teaching and assessment. The impact of e-learning and assessment on the performance of students and faculty, and the challenges to their sustainability are explored. In this paper, we recorded the number and duration of different online educational activities during the COVID-19 pandemic. Training sessions for various procedures of virtual classrooms and online assessments were organised for teachers and students. A newly established e-assessment committee arranged different online assessments. A student satisfaction survey and online staff focus group about the online learning experiences were conducted, and weekly staff perception reports were prepared. The results obtained were then analysed. The present study elaborates on the benefits of e-learning and assessment. We observed higher student achievements and promising staff perceptions with obvious improvement in their technological skills. These findings support the shift towards future implementation of more online courses.

**Keywords:** COVID-19, e-Learning, online assessment, pandemic, virtual classroom.

The COVID-19 pandemic has led to the global disruption of education which necessitated working online. Urgent response to the current situation required an increase in educators' awareness towards

online teaching. Some research determined the effectiveness of digital technologies for life-long e-learning and continuous professional development. E-Learning has been established worldwide.

E-learning has several advantages, such as encouraging students for self-directed learning and updating the curricular. Most academic institutions worldwide shifted into digitalised materials for the period of pandemic, which was a good preparation for complete online sessions. Recent technologies allowed the progressive innovation of e-learning. Several studies have investigated the benefits of these technologies in higher education: Official online platforms, mainly through the Blackboard learning management system are used to conduct educational sessions including lectures, tutorials, PBL sessions, seminar presentations, and open discussion forums. Online formative assessments, through the Blackboard, were also performed. These assessments reflect the nature of online learning and give the students more responsibility for their learning. Online assessment allows the learners to demonstrate their capabilities in critical thinking and solving problems, which are the key benefits of shifting from traditional teaching to e-learning where the teacher is mainly a facilitator.

The present article described the procedures performed to facilitate the urgent transition to e-learning and online assessment during the COVID-19 pandemic and to highlight its expected benefits and impact on student and staff satisfaction and performance.

Advanced technologies emerged during the COVID-19 pandemic to sustain world productivity. There is a great change in the educational culture. E-learning was highly beneficial for competent educators as it decreased the needs for in-class attendance. More and more students and staff reflected that live streaming lectures efficiently compensated the suspension of face-to-face teaching and provided more chances for open discussions. Nomination of the same staff to virtually present each topic for students encouraged more peer sharing and competition among the students. The rescheduled educational activities were more convenient to the students, as reflected in their attendance. Recent technologies resolved the lack of physical attendance and increased learning effectiveness.

Unfortunately, most of the students were unsatisfied with how some staff members practiced e-learning. A great part of teachers felt worried about the shift into a new educational strategy. To avoid any resistance to changes, it's essential to stimulate educators and help them to deal with the unknown consequences. Multiple webinars about proper virtual classrooms and peer sharing of experiences between the staff members can solve this problem. Live streaming applications will improve the technological skills of

the educators. Successful collaborative online learning demanded the support of IT technicians, the survey tool can have a good level of internal consistency and reliability for both the students' survey and staff's overall satisfaction in the live streaming experience. The correlation coefficient indicated that the items in the students' survey could be well correlated.

The higher achievement level detected in the mean marks of online lectures compared with face-to-face sessions could be attributed to the easier access to the explanation of the phenomena. The students' assessment during the sessions is based upon their commitment, team spirit, interaction with peers and tutors, presentation skills, and ability for brainstorming and analysing the phenomena. The students' assessment during the sessions can also be based upon their performance during the session rather than their achievements through other summative assessment methods such as multiple-choice questions which are associated with higher chances of cheating

Therefore, online classes could enhance the meta-cognitive skills, ability to solve problems, and team working. Collaborative interaction in the online environment helped enhance peer sharing. After the SARS epidemic, one medical school in China adopted online classes as an educational strategy for the subsequent years. The higher scores in female students could be attributed to the difference in the style of thinking, learning, and capabilities of problem-solving. It was discovered that female students have more ability for knowledge perception and reflection of their own ideas, and a higher competitive attitude. Additionally, this gender variation in scores could be due to a higher commitment of female students in attending different educational activities. However, equal performance of male and female students in sessions was observed, and further studies to examine the underlining causes were recommended.

Validity and reliability of assessment should be established to ensure students' achievement of the learning goals. The ability to solve any technical obstacle met during the online mock exam helped the e-assessment committee to manage the subsequent exams appropriately. Results of the online assessments and their item analysis represented evidence-based high-quality evaluation, students expressed a more positive attitude towards online exams. Similar findings were also observed by some researchers who emphasised that ideal assessment was based upon optimal evaluation strategies. The online tests were revised by the e-assessment committee, in coordination with the supervisors of the relevant departments,



to estimate sufficient time for each exam. Redistribution of students' grades towards more objective assessment strategies such as seminar presentations, and oral assessments was kept in consideration. The procedures implemented during the online exams to minimise the chance of cheating and unauthorised collaboration with peers included scheduling of brief exams of not more than 30 min with a timer set for the whole exam and also for each individual question. Questions and answer choices were randomised; each question was presented on a separate page with forced completion of these questions' students were not allowed to return to the previously submitted questions. A backup version of the questions with the same difficulty index was prepared for those students who experienced technical difficulties during submission. The

answers were not displayed to the students until the examiner's permission was obtained and all participants had completed answering.

Analysis of the benefits of e-learning could help the decision-makers of educational policies and committees of curriculum reform to implement them in the future. Appropriate e-learning resources should be available to guarantee the implementation of these enormous changes. More use of technological tools will enable the high schools to establish the active process of e-learning. Online courses form one of the key success factors to achieve the program learning outcomes of modern graduates. This successful digital learning environment is needed in terms of student and staff satisfaction, achievement, and improvement of technological educational skills.

#### REFERENCES

1. Martin F, Ritzhaupt A, Kumar S. Award-winning faculty online teaching practices: course design, assessment and evaluation, and facilitation. *Internet High Educ* 2019; 42: 34e43.
2. Ozden Y, Erturk I, Sanli R. Students' perceptions of online assessment: a case study. *J Distance Educ* 2004; 19(2): 77e92.
3. Kolbaek D. Problem-based learning in the digital age. *CELDA* 2018; 54: 24e29.
4. Fontanillas RT, Carbonell RM, Catusus GM. E-assessment process: giving a voice to online learners. *Int J Edu Tech Higher Edu* 2016; 13(1): 1e14.

*Бабанчикова Ольга Анатольевна*

*к.э.н., доцент*

*заведующая кафедрой туристского бизнеса*

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна*

*babaolga@rambler.ru*

## **О ДИВЕРСИФИКАЦИИ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА**

**Аннотация.** Статья посвящена актуальному вопросу влияния цифровой трансформации туристского бизнеса на формирование новой парадигмы подготовки специалистов в данной области. Необходимость развития цифровых навыков у обучающихся становится первоочередной задачей при актуализации образовательных программ. В статье рассмотрены различные подходы к классификации цифровых компетенций и приведены примеры их реализации в практической деятельности.

**Ключевые слова:** цифровая трансформация, цифровые компетенции, туристский бизнес, образование.

*Babanchikova Olga A.*

PhD in Economics, Associate Professor

Head of the Department of Tourism Business

Saint Petersburg state university of industrial technology and design

## **ABOUT DIVERSIFICATION OF THE COMPETENCIES OF STUDENTS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS**

**Summary.** The article focuses on the urgent issue of the impact of the digital transformation of the tourism business on the formation of a new paradigm for training specialists in this area. The need to develop digital skills among students is becoming a top priority when updating educational programs. The article considers various approaches to the classification of digital competencies and provides examples of their implementation in practice.

**Keyword:** digital transformation, digital competencies, tourism business, education.

Тенденции развития современного рынка заставляют компании незамедлительно реагировать на стремительные изменения и факторы риска. Цифровая трансформация выступает критическим фактором, который влияет не только на эффективность бизнеса, но и даже на перспективы его дальнейшего существования. И выбор здесь очевиден: измениться или умереть. Аналитики крупных корпораций просчитали этот фактор и предпринимают все возможные усилия для того, чтобы «приручить» этот тренд.

Цифровая трансформация — это не только инвестиции в новые технологии (искусственный интеллект, блокчейн, анализ данных и интернет вещей), но и глубокое преобразование продуктов и услуг, структуры организации, стратегии развития, работы с клиентами и корпоративной культуры. Текущая ситуация с пандемией COVID-19 и цифровые технологии создали для

работников ситуацию «двойного разрушения». По оценке компаний технологические трансформации в компаниях приведут 2025 году к изменению бизнес-задач, структуры рабочих мест и профессиональных навыков. Уже сегодня благодаря внедрению новых технологий 43% опрошенных предприятий планируют сократить число активных вакансий [2].

Техническая компетентность остается наиболее востребованной, но важность развития гибких навыков (социальных, когнитивных, поведенческих) возрастает для успешной адаптации к меняющимся условиям.

Ускорение технологических изменений создает серьезные вызовы для мирового образования в области обучения цифровым навыкам. Ответ на эти вызовы возможно выработать только путем совместных действий со стороны образовательных учреждений и бизнес-среды.

Представляется очевидным, что для достижения выпускниками вузов успеха в изменившемся цифровом мире, необходимо пересмотреть традиционную модель образования, которая направлена в большей степени на получение знаний. Навыки общей цифровой грамотности в гармоничном соотношении с навыками социального и эмоционального уровня послужат устойчивой базой для формирования уверенного профессионала, который способен быстро адаптироваться и самостоятельно выстраивать траекторию дальнейшего саморазвития.

На современном этапе образовательные программы должны сформировать способность студентов к обучению в течение всей жизни, чтобы дать им возможность приобретать быстро меняющиеся профессиональные умения и компетенции, востребованные в мире, который становится всё более цифровым и глобализованным. В докладе Всемирного экономического форума *The future of jobs* (Будущее рабочих мест) приводится оценка, согласно которой 65% детей, которые сегодня идут в начальную школу, придёт к занятию совершенно новыми видами работ, которых в настоящее время ещё не существует [2]. И мы видим, что главная ставка делается на развитие именно ИТ-профессий. Данные результаты следует воспринимать как стимул к адаптации образовательных программ к стремительно меняющимся реалиям, а не повод для пессимистичных прогнозов востребованности направлений подготовки в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Во главе развития сферы туризма и гостеприимства всегда будет находиться живой человек со своими потребностями, стереотипами и желаниями. Даже находясь по другую сторону монитора, пользователь ожидает комфортного и экспертного решения своих проблем.

Цифровизация — это катализатор развития бизнес-инноваций. Она несет множество возможностей, но также и создает новые вызовы, в частности, компаниям нужно понимать, как использовать средства цифровизации для повышения производительности и как в цифровой среде развивать персонал [1].

С каждым днем спрос на цифровые технологии для бизнеса на рынке растёт. Сейчас клиенты ожидают, что любое их желание — даже необычное — будет выполнено максимально быстро и точно. Именно прорывные технологии помогают решить эти задачи. Цифровая трансформация касается любой сферы: здравоохранения,

образования, промышленности, государственного управления, ну и конечно туризма и гостеприимства.

Согласно данным PwC «Pricewaterhouse Coopers» (международной сети компаний, предлагающих услуги в области консалтинга и аудита), дефицит квалифицированных специалистов с навыками и знаниями в ИТ-сфере уже сейчас является серьезной проблемой в реализации проектов цифровой трансформации компаний. Для более 60% респондентов в мире и 56% в России отсутствие специалистов необходимой квалификации является серьезным барьером. К таким навыкам опрошенные респонденты относят, например, обеспечение кибербезопасности, защиту данных, развитие бизнеса на базе новых технологий, формирование клиентского опыта, ориентированное на пользователя проектирование интерфейса сайтов [4].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что бизнес нуждается не столько в узкопрофильных ИТ-специалистах, а в сотрудниках, которые обладают сбалансированным набором профессиональных, личностных и цифровых навыков и компетенций.

И если с профессиональными компетенциями все вроде как понятно, то гибкие и цифровые могут вызывать вопросы. Гибкие навыки позволяют человеку адаптироваться к внешним факторам, адекватно воспринимать вызовы и кризисы, находить креативные решения профессиональных задач. Недостаточно иметь один правильный ответ на возникающие вопросы, ведь в большинстве случаев его просто не существует. И важным направлением развития гибких навыков можно назвать управление собой. И здесь можно отметить пересечение сферы гибких и цифровых навыков.

Отдельно следует остановиться на цифровой восприимчивости, — компетенции, которая является основой цифровой трансформации и которую необходимо развивать любой организации у своих сотрудников. Это фундамент для остальных цифровых компетенций и навыков.

Можно разделить её на три составляющие: интерес к новым технологиям, способность быстро овладевать новыми технологиями и встраивать их в свою работу, желание продвигать новые технологии в своей работе среди коллег, клиентов и профессиональных сообществ [5].

Если данная компетенция у сотрудника или соискателя развита на достаточном уровне, то

вероятность достижения значительного уровня развития других цифровых навыков заметно повышается. Важно отметить, что данные компетенции необходимо развивать не только для «цифровых людей», но и всех сотрудников компании. Поэтому не стоит требовать одинаково высокого уровня сформированности цифровых компетенций у всех сотрудников. Целесообразно разработать некие критерии оценки соответствия сотрудника или соискателя заданным требованиям подготовки и цифровой восприимчивости в соответствии с должностными функциями и профессиональными задачами.

Европейская комиссия в своем определении цифровой компетентности, подготовленном в рамках Плана действий по развитию цифрового образования (DEAP), подчеркивает важность осознанного и ответственного использования цифровых технологий в обучении, на работе, в общественной жизни. Цифровая компетентность должна включать способность к цифровому сотрудничеству, обеспечению безопасности и решению проблем [6].

Среди прочих инициатив в сфере определения необходимых цифровых компетенций хочется выделить Рамку цифровой компетенции для граждан, разработанную Европейским фондом образования. Цифровые компетенции в данной системе разделены на пять сфер по уровню возрастания необходимых ИТ-навыков.

В качестве базового уровня предлагается информационная грамотность и работа с данными. Далее следует коммуникация и сотрудничество, которые требуют более высокого уровня развития цифровых навыков. Создание и редактирование цифрового контента расположены следующими. Данную ступенчатую иерархию представляется возможным использовать и в подготовке наших образовательных программ. Первые три уровня органично вписываются в структуру подготовки специалистов разных профилей. Представляется, что именно эти три сферы формирования цифровых навыков и компетенций являются универсальными и могут быть внедрены в образовательные программы подготовки специалистов разных сфер, в том числе туризма и гостеприимства.

Для полноты картины необходимо охарактеризовать две оставшиеся сферы — безопасность и решение технических проблем. Так или иначе, защита цифрового контента и устройств критически важны, но решение этих задач во многом относится к обязанностям владельцев интернет-

ресурсов, служб технической поддержки и IT-специалистов. В рамках реализации образовательных программ высшего образования целесообразно дать обучающимся базовое представление об инструментах обеспечения кибербезопасности, объяснить правовые основы использования персональных данных и коммуникаций в сети Интернет, научить устанавливать антивирусное программное обеспечение, сформировать навыки идентификации вредоносного контента и ресурсов-дублеров.

Отдельную рамку цифровых компетенций Европейский фонд образования представил для преподавателей, она имеет более сложную многоуровневую структуру.

Этот подход нашел отклик в отчете «Корпоративного университета Сбербанка». Крупные корпорации очень восприимчивы к изменениям, поэтому можно подсмотреть у них некоторые идеи и адаптировать для малого и среднего бизнеса.

Цифровизация значительно трансформировала сферу туризма и гостиничного бизнеса. Туризм так же, как и все остальные отрасли предпринимательской деятельности рассматривает цифровые технологии как самый краткий и эффективный путь к клиенту. В сфере туризма цифровое продвижение особенно важно, так как конечный потребитель может находиться в тысячах километрах от маршрута своего путешествия.

Можно разделить влияние цифровизации на три основные сферы деятельности туристского предприятия — внутрифирменные задачи, внешняя среда туристского предприятия и отдельно нужно выделить самостоятельное планирование путешествий. Что касается внутренней цифровизации, речь прежде всего идет об активном внедрении CRM-систем, автоматических инструментов для постановки задач и планирования и т. д.

Внешние факторы связаны с цифровизацией потребительского поведения, и, как следствие, ориентацией компаний на продвижение своих услуг и коммуникацию с клиентами в социальных сетях или по электронной почте. Востребованным инструментом онлайн-взаимодействия с пользователями является чат с менеджером или чат-бот на официальном сайте. Установка сервисов онлайн-продаж также позволяет турфирмам обеспечить эффективную конверсию заявок в покупки. В рассматриваемой

воронке продаж решающим фактором эффективности можно с уверенностью назвать возможность оперативной реакции на запросы пользователей, но именно эта «реактивность» решения поставленных задач обуславливает необходимость наличия у сотрудников высокого уровня сформированности профессиональных компетенций. Следующим этапом эффективной воронки продаж выступает пост-поддержка клиентов — сопровождение и получение обратной связи, формирование лояльности и мотивация к повторным обращениям.

Третье направление развития цифровых технологий в сфере туризма — развитие самодельного туризма. Здесь на помощь путешественникам приходят специализированные интернет-ресурсы и приложения. Тренд на отказ от покупки стандартных пакетных туров в пользу самостоятельного планирования путешествий усиливается с каждым годом. И тому есть ряд причин: нестабильная ситуация на туристском рынке, недоверие туроператорам со стороны клиентов, развивающиеся сервисы по подбору и онлайн-бронированию бюджетных авиабилетов и проживания. Плюс к указанным факторам стоит добавить сформировавшийся сегмент опытных туристов, которые четко определили свои предпочтения и стремятся к уникальному опыту.

Виртуальная реальность широко применяется в продвижении туристских продуктов. Например, американская компания Travel World VR предлагает туроператорам создавать VR-презентации своих туров, начиная от обзорных фильмов о городах и регионах, заканчивая презентациями отдельных отелей и пляжей.

Тенденцию растущей востребованности цифровых компетенций отлично иллюстрирует известный проект агентства стратегических инициатив «Атлас новых профессий 3.0». Авторы и утверждают, что третья версия Атласа — лучшая, так как в ней меньше романтики первых версий. Однако представляется, что в ней несколько идеализированы текущие тенденции, и сделан прогноз на ведущей роли дополненной реальности. Среди важных надпрофессиональ-

ных навыков и умений специалистов сферы туризма и гостеприимства будущего указаны программирование, робототехника и искусственный интеллект. Формулировки названий профессий звучат экзотично, например, консьерж робототехники, дизайнер дополненной реальности, игрофикатор туристического опыта и т. п.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод — образовательным учреждениям необходимо оперативно адаптировать свои образовательные программы, в которых будет предусмотрено поэтапное формирование цифровых навыков и компетенций у обучающихся. Указанные компетенции должны обеспечить выпускникам возможность успешно справляться не только с базовыми пользовательскими задачами сбора информации, но и развить навыки создания цифрового контента, коммуникации в цифровой среде, начального уровня веб-аналитики, работы в глобальных системах бронирования и АСУ.

В качестве возможных направлений реализации цифровых навыков и компетенций специалистов сферы туризма и гостеприимства можно выделить следующие:

- коммуникация с потребителями и партнерами;
- анализ конкурентов «выжимка рынка»;
- SEO сайта;
- UX/UI дизайн сайта;
- контент-план для сайта компании и ее аккаунтов в социальных сетях;
- контекстная реклама (составление семантического ядра);
- таргетированная реклама;
- участие в создании приложений;
- аналитика рекламных кампаний и аудитории сайта и т. д.

Все перечисленные направления требуют комплексной подготовки и наличия не только цифровых, но и профессиональных знаний, умений и навыков. Представляется, что бизнес и образовательные организации, прислушиваясь друг к другу и учитывая актуальные тренды, могут выработать оптимальный подход к подготовке специалистов нового формата.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. A future that works: automation, employment and productivity Copyright © McKinsey & Company 2017. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.](https://www.mckinsey.com/~ /media/mckinsey/featured%20insights/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-)

[mckinsey.com/~ /media/mckinsey/featured%20insights/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-](https://www.mckinsey.com/~ /media/mckinsey/featured%20insights/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-)

that-works-Executive-summary.ashx (дата обращения 15.11.2021).

2. The Future of Jobs Report 2020. — World Economic Forum. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/digest> (дата обращения 15.11.2021).

3. Обучение цифровым навыкам: глобальные вызовы и передовые практики. Аналитический отчет к III Международной конференции «Больше, чем обучение: как развивать цифровые навыки», Корпоративный университет Сбербанка. — М.: АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2018». — [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://sberuniversity.ru/upload/iblock/2f8/Analytical\\_report\\_digital\\_skills\\_web\\_demo.pdf](https://sberuniversity.ru/upload/iblock/2f8/Analytical_report_digital_skills_web_demo.pdf) (дата обращения 15.11.2021).

4. Обучение цифровым навыкам: Модели цифровых компетенций/ Широкопояс А.// Деловой портал

КОМПЕТЕНЦИИ. — Режим доступа: [http://obzory.hr-media.ru/cifrovye\\_navyki\\_sotrudnika](http://obzory.hr-media.ru/cifrovye_navyki_sotrudnika) (дата обращения 15.11.2021).

5. Соколова Ю. И. Компетентностный подход в проектном управлении организацией : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / 5. Соколова Юлия Игоревна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»]. — Курск, 2021. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://viewer.rusneb.ru/ru/rsl01010258480?page=1&rotate=0&theme=white> (дата обращения 15.11.2021).

6. Цифровые навыки и компетенция, цифровое и онлайн обучение. — Европейский фонд образования: Турин, 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2019-08/dsc\\_and\\_dol\\_ru\\_0.pdf](https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2019-08/dsc_and_dol_ru_0.pdf) (дата обращения 15.11.2021).

*Баженова Татьяна Сергеевна*

к.т.н., преподаватель

Институт среднего профессионального образования  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
tatjanabazhenova@mail.ru

*Чернова Елена Викторовна*

д.э.н., профессор

кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
chernova68@list.ru

*Баженова Ирина Анатольевна*

к.т.н., доцент

Высшая школа биотехнологии и пищевых производств  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
irinabazhenova@mail.ru

## ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Аннотация.** Целью исследования являлось изучение мотивации студентов ИСПО СПбПУ к обучению. При проведении анкетирования выявлено, что более 50% студентов, поступивших на направления подготовки «Гостиничное дело» и «Туризм» были изначально мотивированы для обучения по выбранной специальности. Поддержание мотивации студентов к учебе может быть достигнуто актуализацией учебного материала под современные тренды индустрии, взаимосвязью учебного заведения с предприятиями отрасли, ориентированностью на практическую работу.

**Ключевые слова:** мотивация, учебная деятельность, туризм, гостиничное дело, среднее профессиональное образование.

*Bazhenova Tatiana S.*

Ph. D. in Engineering, Lecturer

Institute of secondary vocational education  
Saint-Petersburg Polytechnic University named after Peter the Great

*Chernova Elena V.*

Doctor of Economics, Professor

Department of Hotel and Restaurant Business  
Saint-Petersburg state university of economics

*Bazhenova Irina A.*

Ph. D. in Engineering, Assistant Professor

Graduate School of Biotechnology and Food Production  
Saint-Petersburg Polytechnic University named after Peter the Great

## EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL ORIENTATION RESEARCH OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION STUDENTS

**Summary.** The purpose of this research was to study motivation of Secondary Vocational Education Institute of Peter the Great St Petersburg Polytechnic University students for training. As the result of a survey, it was found that over 50% of students who entered the departments of “Hotel industry” and “Tourism” were motivated for training in the chosen area from the beginning. It is possible to keep the students motivated for training by updating the educational materials according to the contemporary trends of the industry, mutual connections of the educational enterprise with the businesses in the area and orientation on the practical work.

**Keywords:** motivation, educational activity, tourism, hotel industry, secondary vocational education.

Конкурентоспособность гостиничной и туристической деятельности определяется качеством и спектром предоставляемых услуг, высоким уровнем применяемых технологий,

соответствующей квалификацией специалистов. Высококвалифицированные кадры обладают не только необходимыми навыками и умениями, но и мотивированы на установление

доброжелательных контактов с гостями и внутри коллектива, проявляют эмпатию, получают удовлетворение от процесса и результатов своей деятельности, стремятся постоянно повышать уровень своего образования. Обучение и воспитание таких кадров — одна из задач, поставленная в Указе Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» перед системой профессионального образования [4, пункт 5].

Сегодняшние студенты — это завтрашние граждане, которые будут развивать экономику и строить новые общественные отношения. Большое значение имеет формирование у студентов общекультурных компетенций, в которых объединяются личностные и деятельностные аспекты. В.А. Беликов и др. показывают, что для этого необходимо «обеспечить становление студента как профессионала (специалиста) и научить его деятельности: а) обобщенной, то есть актуальной для любой сферы жизни человека, б) профессионально значимой и в) реализуемой на личностно значимом уровне» [1, с. 97]. Наиболее значимый аспект в организации образовательной деятельности современной молодежи — их мотивированность. Никакие супертехнологии и интересные методики преподавания не способны обеспечить заинтересованности в обучении, если студентам не нравится их будущая специальность, если они не видят себя в данной профессии, если у них нет желания учиться и набираться опыта. Поэтому вузам и колледжам необходимо организовывать деятельность таким образом, чтобы всесторонне развивать студентов, формировать у них цели-мотивы, а не только передавать предметную культуру и умения [5; 6, с. 59]. Проблема мотивации учебной деятельности является одной из основных проблем в обучении. С одной стороны, она затрагивает психологические составляющие, с другой стороны, управление мотивацией к обучению позволяет контролировать учебный процесс [8]. Кроме того, «современный выпускник профессионального образовательного учреждения должен не только владеть специальными знаниями, умениями и навыками, но и ощущать потребность в достижениях и успехе; знать, что он будет востребован на рынке труда» [3, с. 160]. В соответствии с вышеприведенными положениями была сформулирована цель и задачи исследования.

Цель исследования: изучение мотивированности обучения студентов колледжа по выбран-

ному направлению подготовки. Задачи: выделить целевую группу; разработать методику проведения исследования; проанализировать мотивы выбора профессии участниками анализируемой группы, степень их удовлетворенности образовательным процессом; определить варианты позиционирования студентов в своей будущей профессиональной деятельности. Методы исследования: анализ, систематизация, анкетирование, обработка результатов. Объект исследования: студенты колледжа, обучающиеся по специальности «Туризм» и «Гостиничное дело».

Исследование проведено в сентябре-октябре 2021 г. Вопросы анкеты составлены с целью выявления интереса к процессу обучения и отношения к профессиональной деятельности. В анкетировании приняли участие 22 студента института среднего профессионального образования Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, получающие квалификацию «специалист по гостеприимству» и 34 студента, получающие квалификацию «специалист по туризму». Возраст респондентов: 17–19 лет. 46% опрошенных — уроженцы Санкт-Петербурга и Ленинградской области. 54% студентов приехали учиться в Санкт-Петербург из Петропавловска-Камчатского, Оренбурга, Сыктывкара, Ростова-на-Дону, Тверской, Ульяновской, Новгородской, Псковской, Свердловской, Мурманской, Курской областей, Калмыкии, Республики Саха (Якутия); среди опрашиваемых также были представители Эстонии и Узбекистана.

Одним из важнейших аспектов профессионального развития является сознательное планирование карьеры. Выбор направления обучения и причина, по которой этот выбор был сделан, несомненно, является важным фактором для дальнейшего постижения профессии. В анкетировании был предложен вопрос о причине выбора направления обучения. Студенты могли выбрать несколько вариантов ответов. Результаты приведены на рисунке 1.

Анкетирование показало, что для студентов, поступивших на направление подготовки «Гостиничное дело», преобладающим мотивом в выборе профессии являлись перспективы дальнейшего трудоустройства (54,5% ответов), для студентов, поступивших на направление «Туризм», — любовь к путешествиям (52,9% ответов). При этом большинство из них руковод-



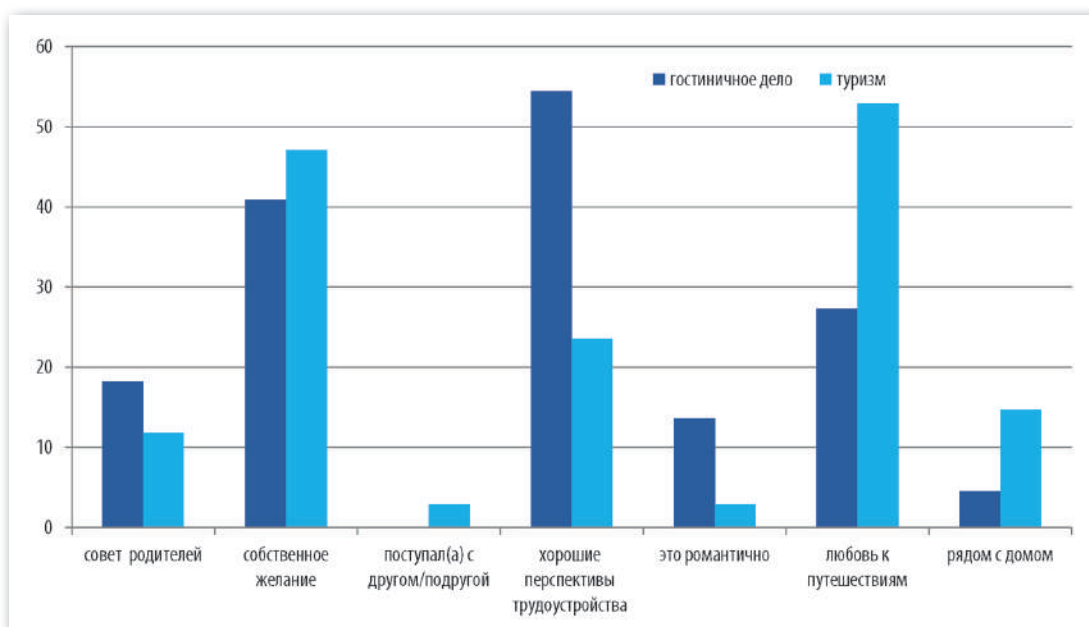


Рисунок 1 — Причины, по которым студенты выбрали направление обучения

ствовали собственным желанием (от 40,9% до 47,1% по направлениям подготовки), некоторые следовали советам родителей (18,2% и 11,8%) или делали выбор, исходя из того, что колледж расположен рядом с домом (4,5% и 14,7%). Среди студентов есть те, которые поступали за компанию со своими друзьями (ответ одного человека, поступившего на направление «Туризм»). Исходя из этого, можно сделать вывод, что только половина поступивших в колледж студентов сделали осознанный выбор своей будущей профессии.

Поступив в учебное учреждение, каждый задается вопросом, насколько он был прав в своем выборе, нравится ли ему учиться по выбранному направлению. На этот вопрос будущие специалисты гостеприимства ответили: да, учиться нравится — 36%; скорее да, чем нет — 50%; скорее нет, чем да — 14%. Ответы будущих специалистов по туризму распределились следующим образом: да, учиться нравится — 24%, скорее да, чем нет — 41%, нет — 15%, скорее нет, чем да — 20%. Студентами были отмечены дисциплины, которые, по их мнению, являются наиболее значимыми в освоении будущей профессии. По направлению подготовки «Гостиничное дело» это: технология приема и размещения туристов в гостиницах и туристских комплексах, автоматизированные системы управления, английский язык. По направлению подготовки «Туризм» — технология сопровождения туристов, англий-

ский язык, маркетинг, организация туристской индустрии и психология делового общения.

На вопрос, какой предмет они бы исключили из учебного плана, студентами были отмечены: по направлению «Гостиничное дело» — безопасность жизнедеятельности, физкультура, документальное обеспечение управления, номерной фонд (слишком много часов); по направлению «Туризм» — безопасность жизнедеятельности, информационные технологии, музеи мира, организация досуга туристов, физкультура, экология, технология размещения туристов в гостиницах.

Студенты отметили дисциплины и методики преподавания, которые они бы хотели внести в курс обучения. Учащиеся направления «Гостиничное дело» указали, что им очень интересны дисциплины, на которых можно моделировать практические ситуации, разбирать ошибки, искать варианты их исправления. Им хочется изучать современные автоматизированные системы управления; углублённо изучать английский язык; психологию общения с гостями; географию туризма; маркетинг. Учащиеся направления «Туризм» считают, что им необходима расширенная программа по маркетингу; дополнительный иностранный язык по выбор. Они хотят больше узнать о формировании турпродукта; о методах взаимодействия с клиентами; о работе с программами по онлайн бронированию и работе с клиентами; изучать географию

туризма на английском языке; мировое развитие; дизайн и оформление туристских каталогов; психологию; основы рационального мышления, теорию принятия решений. Такие ответы говорят о заинтересованности студентов в личностном и профессиональном развитии.

Ответы на вопрос «Изменилось ли ваше отношение к будущей профессии во время обучения?» показали, что у 50% студентов восприятие профессии осталось таким же, как было перед поступлением, а для некоторых из них будущая профессия стала даже более привлекательной, чем до обучения (18,2% и 11,8%). Вместе с тем более 30% студентов ответили, что выбор профессии не ответил их ожиданиям, они поняли, что это «не мое», часть из них испытывают неудовлетворенность своим выбором. Несколько человек, обучающихся по направлению «Туризм», разочаровались в выбранной профессии (рисунок 2).

Сомнение в правильности выбора профессии может привести к неудовлетворенности амбиций, чувству потерянного времени и другим негативным психологическим факторам. В этом случае может измениться отношение человека не только к будущей профессиональной деятельности, когда у него не возникнет желания стать отличным специалистом, но и появится в целом неудовлетворенность своей жизнью. Большую роль в формировании отношения студентов к будущей профессии играет организация процесса обучения, содержание учебного плана и работа профессорско-преподавательского состава. Обработка ответов на ряд вопросов анкеты (можно было выбрать несколько вариантов ответов)

показала, что студенты обоих направлений подготовки хотели бы более тесной взаимосвязи учебы с практикой (до 70% ответов), повышения уровня подготовки по иностранному языку (около 45% ответов) (рисунок 3).

Желание «тесной взаимосвязи учебы с практикой» распространяется у студентов на обеспечение такой связи преподавателями при проведении лекционных и практических занятий. Ответы на вопрос, надо ли увеличивать количество часов производственной практики показали, что 31% студентов, обучающихся по направлению «Гостиничное дело» и 20%, обучающихся по направлению «Туризм», не видят в этом необходимости. Таким образом, почти одна треть студентов не стремится дополнить теоретические знания практическими навыками.

Интерес к профессии может увеличиваться посредством не только практик, но и участием в различных внеурочных мероприятиях, тестов связанных с профессиональной средой, а также участием в научно-исследовательской деятельности. Такая деятельность развивает творчество, вдохновляет студентов на углубление знаний, формирует аналитические, прогностические и коммуникативные навыки, а также личностные и профессиональные характеристики [7]. Насколько активны студенты в этом направлении показывают данные таблицы 4 (можно было выбрать несколько вариантов ответов).

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки «Гостиничное дело», более активны в повышении уровня подготовки за счет участия в различных мероприятиях. 80% из них посещали

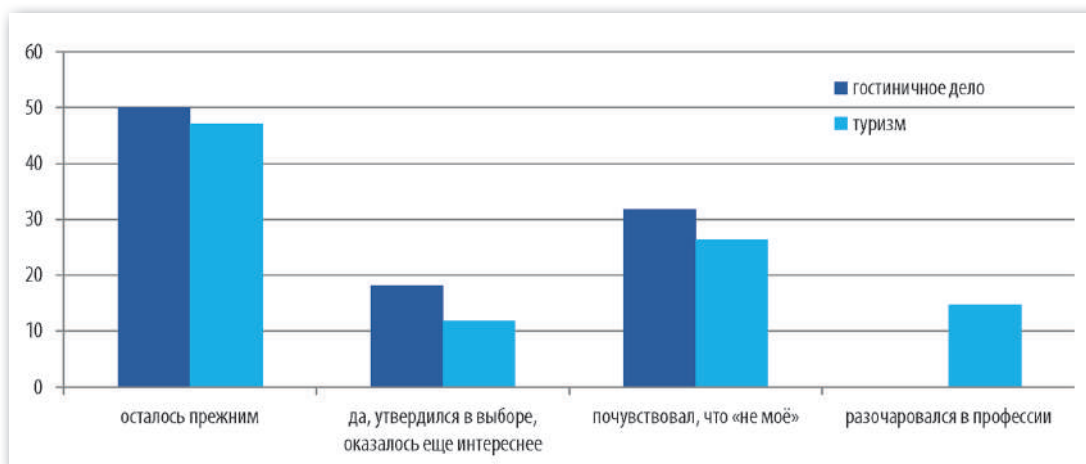


Рисунок 2 — Ответы на вопрос анкеты «Во время обучения изменилось ваше отношение к будущей профессии?»

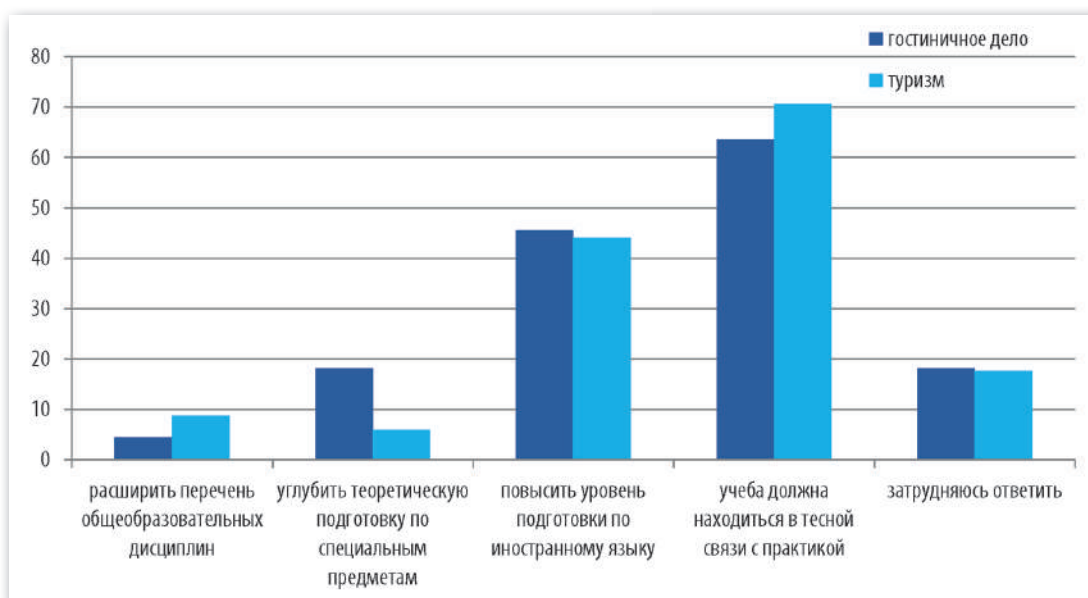


Рисунок 3 — Предложения студенто в по улучшению образовательного процесса

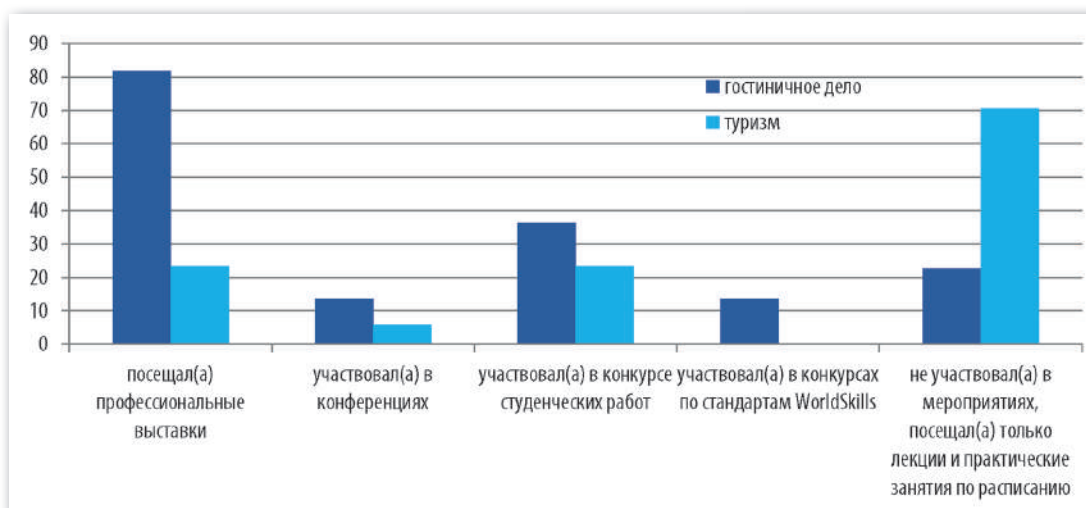


Рисунок 4 — Участие студентов во внеурочных профессиональных мероприятиях

профессиональные выставки, 13,6% участвовали в конференциях, 36% — в конкурсах студенческих работ, 13,6% — в конкурсах по стандартам WorldSkills, и только около 20% студентов не принимали участие ни в каких мероприятиях. Таких студентов, обучающихся по направлению «Туризм» в несколько раз больше — 70,6%. На порядок меньше из них тех, кто посещал профессиональные выставки (23,5%), участвовал в конференциях и конкурсах студенческих работ (5,9% и 23,5% соответственно). Никто из студентов, обучающихся по этому направлению под-

готовки, не принимал участия в конкурсах по стандартам WorldSkills. По нашему мнению, эти цифры — показатели не столько инертности студентов, сколько недостаточной работы преподавателей учебного заведения по привлечению студентов на мероприятия, а также организаторов мероприятий по освещению событий в популярных для молодежи источниках.

Согласно данным исследования hh.ru [2] существенная доля соискателей, уже получивших высшее образование (41%), работает не по специальности. В ходе проведенного анкетирования

только 11,8% студентов третьего курса, обучающихся по направлению подготовки «Туризм», ответили, что после окончания колледжа планируют работать по полученной специальности; 35,3% студентов не планируют работать по специальности и 52,9% пока не приняли решения по своему трудоустройству. Студентов, обучающихся по направлению подготовки «Гостиничное дело», которые хотят работать по специальности больше — 36,4%. 22,7% не хотят работать по специальности и 40,9% затрудняются с ответом (рисунок 5).

Вполне возможно, такие ответы связаны с тем, что сфера гостеприимства и туризма в настоящее время подвергается сильным негативным влияниям пандемии: существенно сократился туристический поток, нет стабильности и уверенности в будущем, престиж профессии падает и молодые люди сомневаются в том, что смогут найти работу с достойной зарплатой по специальности. Более половины опрошенных

(58% направления «Гостиничное дело» и 72% направления «Туризм») после обучения в колледже планируют остаться в Санкт-Петербурге. Только около 9% студентов затруднились ответить на вопрос, в каком городе или регионе они бы хотели жить и работать.

На вопрос о том, как оценивают студенты реальную возможность трудоустройства по изучаемой специальности были даны следующие ответы (рисунок 6).

Большинство студентов отмечают, что устроиться по специальности трудно, но возможно. Так ответили 50% студентов направления «Гостиничное дело» и 47,1% студентов направления «Туризм». Многие из них считают, что трудоустройство по специальности не является проблемой.

Выводы. Современная система среднего профессионального образования функционирует и развивается в новых политических, социальных и экономических условиях, которые определяют

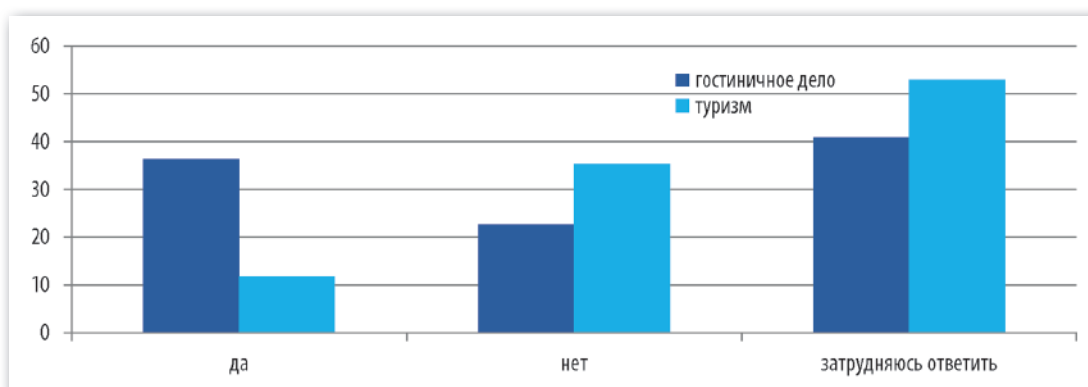


Рисунок 5 — Перспективы трудоустройства по полученной специальности

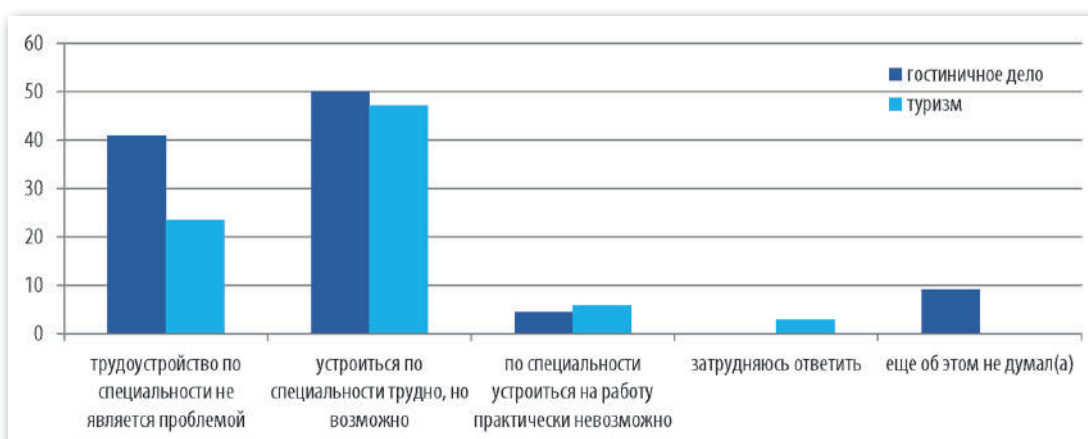


Рисунок 6 — Оценка студентами возможности трудоустройства

не только пути и направления ее развития, но и связанные с ней проблемы. Совершенствование подготовки студентов в современном образовании обусловлено многими факторами, среди которых очень важным является мотивация студентов образовательных учреждений к учебной деятельности.

Проведенное исследование показало, что более 50% студентов, поступивших на направления подготовки «Гостиничное дело» и «Туризм» были изначально мотивированы для обучения по выбранной специальности. В период учебы у половины обучающихся отношение к выбранной профессии не изменилось, а для трети студентов будущая профессия стала даже более привлекательной, чем до обучения. Те из современной молодежи, кто внутренне мотивированы, не нуждаются или им нужен лишь небольшой толчок, чтобы увлечься учебой и достичь свои цели. Это подтверждается умением анализировать учебный

процесс, выделить дисциплины, которые могут пригодиться в будущем, предложить к изучению новые дисциплины. Однако большинство студентов надо мотивировать извне, постоянно направлять в развитии. Так, только активная работа преподавателей по привлечению студентов к посещению профессиональных выставок, участию в конкурсах и конференциях приводит к высоким показателям их участия в данных мероприятиях.

В ходе проведенного исследования определено, что менее трети студентов старших курсов планируют после окончания колледжа работать по специальности, столько же — не видят себя в изучаемой профессии, оставшиеся — еще не приняли решения о своем трудоустройстве. По нашему мнению, такое положение связано с тем, что сфера гостеприимства и туризма в настоящее время подвергается сильным негативным влияниям пандемии коронавирусной инфекции.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беликов В.А. Личностные аспекты формирования общекультурных компетенций студентов в процессе практико-ориентированного образования // В.А. Беликов, П.Ю. Романов, В.М. Тучин, И.С. Николаева // Инновационное развитие профессионального образования. — 2018. — № 2 (18). — С. 96–101. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnostnye-aspekty-formirovaniya-obshchekulturnyh-kompetentsiy-studentov-v-protse-ssie-praktiko-orientirovannogo-obrazovaniya/viewer>. (дата обращения 21.10.2021).

2. Больше половины студентов планируют работать по специальности: сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://spb.hh.ru/article/25298>. (дата обращения 28.10.2021).

3. Мормушева Н.В. Мотивация обучения студентов профессиональных учреждений // Педагогика: традиции и инновации: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 160–163. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://moluch.ru/conf/ped/archive/98/4633/#google\\_vignette](https://moluch.ru/conf/ped/archive/98/4633/#google_vignette). (дата обращения 21.10.2021).

4. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года. [Электронный ресурс]: [Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204]. — [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201805070038.pdf>. (дата обращения 21.10.2021).

5. Самарханова Э.К. Педагогические условия профессионального развития студентов колледжа : дис. ... кандидата педагогических наук. — Нижний Новгород, 2001. — 187 с. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/pedagogicheskie-usloviya-professionalnogo-razvitiya-studentov-kolledzha>. (дата обращения 21.10.2021).

6. Чернова Е.В., Баженова И.А. Практические аспекты подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства // Вестник индустрии гостеприимства: международный научный сборник. Выпуск 7. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. — С. 56–60.

7. Martyushev N.V. Motivational system of students and teaching staff of higher educational institutions for research work accomplishment / Martyushev Nikita V., Sinogina Elena S., Sheremetyeva Ulyana M. // Procedia — Social and Behavioral Sciences. — 2015. — V. 166. — P. 265–269. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.org/article/n/367416/viewer>. (дата обращения 30.10.2021).

8. Some aspects of the educational motivation of students: website. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://articlekz.com/en/article/15629>. (дата обращения 21.10.2021).

*Беломестнова Маргарита Евгеньевна*

к.п.н., доцент  
кафедра туризма и гостиничного дела  
Российский государственный университет физической культуры,  
спорта, молодежи и туризма  
m.kurdakova@gmail.com

## АНАЛИЗ ОПЫТА УНИВЕРСИТЕТОВ ГЕРМАНИИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

**Аннотация.** Устойчивое развитие туризма требует целостного подхода, в который включается и подготовка профессиональных кадров. Данная статья посвящена анализу бакалаврских и магистерских программ по устойчивому туризму, реализуемых вузами Германии. Рассматриваются основные компетенции, формируемые у студентов во время обучения.

**Ключевые слова:** высшее образование, устойчивый туризм, экология, компетенции, образовательные технологии, немецкая рамка квалификаций.

*Belomestnova Margarita E.*

PhD. in Pedagogy, Associate Professor  
Department of Tourism and Hotel Business  
Russian state university of physical culture, youth, sports, and tourism

## ANALYSIS OF EXPERIENCE OF GERMAN UNIVERSITIES IN THE EDUCATION OF SPECIALISTS FOR SUSTAINABLE TOURISM

**Summary.** Sustainable tourism development requires a holistic approach that includes professional training. This article is devoted to the analysis of bachelor's and master's programs in sustainable tourism, implemented by universities in Germany. The main competencies formed in students during training are considered.

**Keywords:** higher education, sustainable tourism, ecology, competences, educational technologies, German qualifications framework.

До 2020 года в Германии в общей сложности 2,9 млн чел. были заняты в сфере туризма и обеспечивали почти 4% от общей валовой добавленной стоимости немецкой экономики, то есть 105 млрд евро. Таким образом, туризм был сопоставим по размерам с автомобильным и машиностроительными секторами и был одной из быстрорастущих и высокодоходных отраслей экономики Германии [1].

В настоящее время туризм представляет собой важный сектор экономики с перспективными возможностями трудоустройства, в котором существует высокий спрос на хорошо подготовленных специалистов.

Развитие туристской деятельности имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Это, с одной стороны, формирует доход государства и создает множество рабочих мест, но также имеет и негативные социально-культурные и экологические последствия (например,

нарушение социальных стандартов, ухудшение состояния окружающей среды и др.) [5].

Устойчивое развитие в настоящее время является мегатенденцией, в том числе и в туризме [2]. Устойчивый туризм не только удовлетворяет потребности туристов, но также помогает обеспечить и улучшить возможности будущего развития. Ресурсы используются таким образом, чтобы удовлетворить экономические, социальные и эстетические потребности, и, в то же время, сохранить культурную целостность, основные экологические процессы, биологическое разнообразие и жизненно важные системы как основу жизни. Устойчивое развитие туризма требует целостного подхода, который можно рассматривать с точки зрения трех аспектов устойчивости (экология, экономика, социальная сфера). Эти три измерения дополняются общим стратегическим подходом к управлению как вышестоящим ключевым аспектом (институциональная устойчивость).

Немецкие вузы предлагают бакалаврские и магистерские программы (их больше) в области устойчивого туризма.

В рамках бакалаврских курсов с акцентом на устойчивое развитие преподаются бизнес-дисциплины, право, география, социология, экология и др. Будучи будущими экспертами в области туризма, студенты учатся делать туризм более экологическим, обеспечивая баланс между социальными, экологическими и экономическими требованиями.

В процессе подготовки бакалавра в области устойчивого туризма (ВА) в вузах Германии формируются следующие компетенции:

— знания и понимания — расширение, углубление знаний (профессиональная компетентность);

— применения и генерации знаний — использование и трансфер знаний, научные инновации (методическая компетентность);

— коммуникации и кооперации (социальная компетентность);

— научного самоопределения/профессионализма на уровне бакалавриата (личностная компетентность).

Данные компетенции входят в немецкую национальную рамку квалификаций [4].

В части компетенции знания и понимания выпускники демонстрируют обширные и комплексные знания и понимание научных принципов в области устойчивого туризма; критически понимают наиболее важные теории, принципы и методы своей учебной программы и могут углубить свои знания за пределами дисциплины.

Компетенция применения и генерации знаний позволяют применять знания к работе или профессии, а также разрабатывать решения проблем в своей области устойчивого туризма; собирать, оценивать и интерпретировать соответствующую информацию в рамках своей учебной программы; выводить научно обоснованные суждения; выполнять прикладные проекты и вносить свой вклад в решение сложных задач в команде; самостоятельно проектировать дальнейшие учебные процессы.

Владение компетенцией коммуникации и кооперации позволяет выпускникам обсуждать с представителями академических и неакадемических сфер деятельности теоретически обоснованные решения проблемы устойчивого туризма; целенаправленно привлекать соответствующих лиц к выполнению задач в области устойчивого

туризма; распознавать и разрешать потенциальные конфликты в процессе сотрудничества.

В части компетенции по научному самоопределению/профессионализму выпускники могут формировать профессиональную самооценку, основанную на целях и стандартах профессиональной деятельности как в науке, так и в профессиональных областях вне науки; обосновывать собственные профессиональные действия теоретическими и методологическими знаниями и работать над альтернативными проектами; оценивать свои способности; критически оценивать свое профессиональное поведение и развивать его [4].

Рассмотрим опыт подготовки бакалавров в области устойчивого туризма в Высшей школе прикладных наук Рейн-Вааль.

В качестве вводного курса предлагается модуль «Основы туризма», в котором изучаются основные термины и определения в туризме, дается обзор истории туризма и его междисциплинарной научной основы. Кроме этого, изучаются основные участники туристского рынка, туризм как система, структура спроса и предложения в туризме, основные тенденции развития туризма.

В рамках модуля «Менеджмент дестинаций» студентам дается всесторонний обзор управления дестинациями. Более подробно рассматриваются вопросы стратегического управления дестинациями, а также оценки и маркетинга дестинаций. Подробно они включают, в частности: определение дестинации, организаций по управлению дестинациями; дестинации как достопримечательности в туризме; анализ и оценка туристских направлений; управление рисками; устойчивое управление дестинациями; разработка туристских продуктов и предложений; особенности маркетинга дестинации.

В курс включен модуль «Экология и устойчивый туризм», в рамках которого студенты получают базовые знания об экологических процессах и взаимодействиях организмов с живой и неживой средой, изучают различные экологические зоны с их физико-географическими и экологическими характеристиками, на основе этого студенты могут объяснить адаптацию животных и растений к окружающей среде и показать, как люди вмешиваются в экологические процессы. Студенты также могут определить термин «устойчивость» и применить его к туризму, а также объяснить проблемы и области

деятельности развития туризма, ориентированного на устойчивость.

Интересен модуль «География и окружающая среда»: преподаются климатология, геоморфология, био- и гидрогеография, в то время как антропогеографические аспекты концентрируются на географии сельских районов и городской географии. Базовые знания иллюстрируются примерами из туристской практики. Среди прочего рассматриваются такие темы, как изменение климата, биоразнообразие как туристский ресурс, вода и туризм, геотуризм, туризм в сельской местности.

В модуле «Специальные аспекты устойчивого туризма» студенты знакомятся с особенностями альтернативного туризма и некоторыми нишевыми видами туризма, такими как, например, этнический туризм. Студенты получают всестороннее представление об основных понятиях этих форм туризма, текущей ситуации со спросом и предложением и перспективах развития. Обсуждаются новые альтернативные формы туризма, такие как волонтерский туризм, слоутуризм и др.

Один из семестров (как правило, пятый/шестой) проводится в форме стажировки (в т.ч. за рубежом).

Цель такого семестра состоит в том, чтобы студенты поработали в одной или нескольких функциональных областях компании, которая соответствует области «устойчивого туризма», и применяли знания и методы, полученные в предыдущих семестрах. Практический семестр помогает студентам развить свой личный профессиональный профиль и оценить свои способности в отношении будущей профессиональной деятельности.

Семестр стажировки также может быть проведен в иностранном университете (вместо стажировки). Студенты углубляют свои теоретические и практические знания и изучают выбранные предметы. После завершения семестра за границей студенты должны обменяться идеями со студентами и преподавателями в межкультурной научной среде. В то же время цель такого семестра состоит в том, чтобы студенты улучшили свои языковые навыки в аутентичной среде.

В процессе обучения проводятся деловые игры. Успешно участвуя в них, студенты улучшают свои навыки презентаций и командной работы. В небольших группах они работают над своими задачами, вместе принимают решения

и объясняют или защищают их в финальной презентации.

После успешного участия в деловых играх студенты могут: выявлять факторы, влияющие на эффективность бизнес-процессов внутри компании; самостоятельно работать над тематическими исследованиями на основе заданных тем и иметь возможность представить результаты; применять теоретические знания в области управления бизнесом с помощью компьютерного моделирования; уметь оценивать сложные ситуации принятия решений в условиях неопределенности и вырабатывать соответствующие рекомендации для действий.

В рамках бакалаврской диссертации студенты демонстрируют, что они могут самостоятельно работать над практической научной задачей, умеют адекватно планировать и структурировать необходимые процессы для решения поставленной задачи, а также использовать эмпирические методы для решения научных вопросов и критически оценивать выбранные подходы.

Количество магистерских программ по устойчивому туризму в вузах Германии больше, чем программ бакалавриата.

Степень магистра сочетает изучение туризма с такими предметными областями как экономика, менеджмент, география и право, а также со сферой компетенции, ориентированной на будущее, в области устойчивого развития.

Целью магистерских программ по устойчивому туризму является обучение людей, которые могут активно делиться своим академическим и профессиональным опытом и разрабатывать инновационные решения для будущих изменений, для планирования и устойчивого развития туристских направлений, региональных целевых территорий, инвестиционных проектов (например, курорты или парки развлечений).

Высшая школа прикладных наук Хайльбронн (Хайльброннский университет) предлагает получить степень магистра в области устойчивого развития туризма. Помимо традиционных лекций, в учебном заведении проводится много гостевых лекций, проектов и экскурсий. Университет присуждает стипендии «Зеленое будущее» (HNN «Green Future») [6].

В данной магистерской программе студенты научатся планировать туризм в гармонии с природой, культурой и ландшафтом. Основные темы включают: скоординированное управление destinations; интеграция аспектов устойчивости



в планирование и реализацию различных форм туризма и др.

В Высшей школе прикладных наук для устойчивого развития Эберсвальде (реализует магистерскую программу по устойчивому туризму с 2002 г.) в дополнение к центральным базовым модулям студенты имеют возможность выстроить индивидуальную траекторию развития с помощью факультативных модулей, в которых они могут, например, может специализироваться на экологическом туризме, социальном предпринимательстве, сотрудничестве в целях устойчивого развития или ответственной цифровизации [7].

Получив степень магистра в области управления устойчивым туризмом, выпускники могут работать в различных областях индустрии туризма, а также в смежных секторах, таких как цифровая экономика, региональное управление или

управление охраняемыми территориями или же сотрудничество в целях развития.

Опыт реализации немецкими вузами бакалаврских и магистерских программ в области устойчивого туризма показывает, что данное направление востребовано студентами — как немецкими, так и иностранными. В каждую программу интегрирован один практический семестр (либо стажировка, в т. ч. за рубежом, либо семестр в зарубежном университете). Программы сочетают изучение туризма с экономикой, менеджментом, географией и правом. В процессе подготовки бакалавров и магистров в области устойчивого туризма в вузах Германии формируются компетенции, входящие в немецкую национальную рамку квалификаций. Анализ показал, что в рамках данных программ формируются все четыре группы компетенций.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральное министерство окружающей среды, охраны природы и ядерной безопасности Германии / Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/tourismus/nachhaltiger-tourismus> (дата обращения: 30.10.2021).

2. Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus: Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen [Текст]. — Berlin: Deutscher Tourismusverband e. V., 2016. — 84 S.

3. Modulhandbuch Nachhaltiger Tourismus, В.А. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.hochschule-rhein-waal.de/sites/default/files/documents/2021/03/08/210308\\_nt\\_modulhandbuch.pdf](https://www.hochschule-rhein-waal.de/sites/default/files/documents/2021/03/08/210308_nt_modulhandbuch.pdf) (дата обращения: 30.10.2021)

4. Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/>

[veroeffentlichungen\\_beschluesse/2017/2017\\_02\\_16-Qualifikationsrahmen.pdf](#) (дата обращения: 30.10.2021).

5. Сайт Высшей школы прикладных наук Рейн-Вааль (программа бакалавриата по устойчивому туризму) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hochschule-rhein-waal.de/en/faculties/society-and-economics/degree-programmes/sustainable-tourism-ba> (дата обращения: 30.10.2021)

6. Сайт Высшей школы прикладных наук Хайльбронн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hs-heilbronn.de/> (дата обращения: 30.10.2021).

7. Сайт Высшей школы прикладных наук для устойчивого развития Эберсвальде (магистерская программа по устойчивому туризму) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hnee.de/de/Studium/Masterstudiengnge/Nachhaltiges-Tourismusmanagement/Nachhaltiges-Tourismusmanagement-E1104.htm> (дата обращения: 30.10.2021).

## КАДРОВЫЙ ГОЛОД В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

**Аннотация.** В статье рассматриваются причины кадрового голода в отечественной индустрии туризма и гостеприимства, а также пути его преодоления. Проблема стоит достаточно остро, и решать её необходимо комплексно, начиная с проработки повышения престижности профессий этой сферы деятельности и ранней профессиональной ориентации школьников и заканчивая качественной методикой адаптации молодых специалистов на предприятиях отрасли. Весь процесс обучения должен быть выстроен в сочетании с большим количеством практической и проектной деятельности, что приведет к качественным изменениям в подготовке кадров для сферы туризма и гостеприимства.

**Ключевые слова:** кадровый голод, подготовка кадров, сфера туризма и гостеприимства, практика, практико-ориентированное обучение, студенческая практика.

*Bulygina Irina I.*

Ph.D., Associate Professor

ANO «Tourist Information Center Murmansk region»

## STAFF HUNGER IN TOURISM AND WAYS TO OVERCOME IT

**Summary.** The article examines the reasons for staff shortage in the domestic tourism and hospitality industry, as well as ways to overcome it. The problem is quite acute, and it must be solved in a comprehensive manner, starting with the study of increasing the prestige of professions in this field of activity and early vocational guidance of schoolchildren and ending with a high-quality method of adaptation of young specialists at the enterprises of the industry. The entire learning process should be built in combination with a large number of practical and project activities, which will lead to qualitative changes in the training of personnel for the tourism and hospitality sector.

**Keywords:** personnel shortage, personnel training, tourism and hospitality, practice, practice-oriented training, student practice.

Переориентация туристских потоков на внутренний туризм, вызванная изменением политической и эпидемиологической ситуации в мире, обнажила проблему серьезного кадрового голода в отечественной сфере туризма и гостеприимства. Вызвана эта проблема сразу несколькими причинами: во-первых, увеличение турпотока требует увеличение кадрового состава обслуживающих предприятий; во-вторых, демографический кризис 90-х годов прошлого века привел к серьезной нехватке рабочих рук в 2020-х во всех сферах отечественной экономики; в-третьих, на протяжении нескольких лет подряд шло сокращение учебных заведений, занимающихся подготовкой кадров для сферы туризма и гостеприимства; в-четвертых, ярко выраженная сезонность туристского бизнеса, невысокий уровень зарплат, низкий престиж

профессий этого направления и, наконец, пандемия, привели к массовому оттоку кадров из рассматриваемой сферы деятельности.

В дискуссиях профессионалов предлагается несколько способов решить проблему нехватки кадров: увеличивать набор обучающихся на направлениях туризма и гостеприимства; расширить спектр программ дополнительного профессионального образования; включить в процесс туристского обслуживания молодое поколение, начиная со школьного возраста (например, рассматривается профессиональный стандарт «ассистента экскурсовода» для школьников, начиная с 14 лет).

Однако проблему преодоления кадрового дефицита в сфере туризма и гостеприимства необходимо решать комплексно. Изменений требует не только подготовка кадров на уровне про-

фильных учебных заведений. Начинать надо с поднятия престижности профессий этой отрасли. Необходимо проводить профессиональные конкурсы регионального и всероссийского масштаба, продумать систему стимулирования работников этой сферы деятельности, ввести отраслевые награды, которые позволят получать общероссийские льготы и т. д.

Ориентировать на получение профессии, связанной с туристским и гостиничным бизнесом, необходимо со школьной скамьи. Должна работать система профориентации. На сегодняшний момент многие выпускники школ поступают учиться в те учебные заведения, которые им наиболее известны или находятся рядом с домом, или в них учатся знакомые. Многие абитуриенты выбирают направление обучения «вслепую», плохо представляя себе сущность получаемой профессии. Например, поступая на туристские специальности, абитуриенты мечтают о романтике путешествий, не представляя себе реальной работы турагента или туроператора.

В современных школах практически утрачена система профориентации, отсутствие которой приводит к разочарованию в выбранной профессии во время обучения и в дальнейшем отрицательно сказывается на социально-психологической и профессиональной адаптации молодых специалистов.

Изначально правильный выбор специальности не требует в последующем дополнительных усилий по учебной мотивации. Студенты стараются обучаться, потому что это пригодится им в работе. Сложнее обстоит дело с теми, кто пришел в вуз по выбору родителей или «по случайности». Качество знаний будущего специалиста зависит не только от усилий со стороны преподавателей, но и от того, насколько высока мотивация овладения будущей профессией у студента.

Учебная деятельность может мотивироваться как внутренними мотивами, так и внешними стимулами. Например, многие студенты после заграничной стажировки приезжают с огромным желанием освоить иностранный язык, хотя до этого не проявляли к нему никакого интереса. Столкнувшись с необходимостью его применения на практике, они осваивают его гораздо быстрее. Именно поэтому важно, чтобы дисциплины специализации распределялись правильно по курсам обучения. Необходимо сделать так, чтобы полученные знания студент сразу мог реализовать на практике. Например, изучив курс экс-

курсирования, мог попробовать на практике составлять и вести экскурсии, а познакомившись с основами туристской анимации, мог поработать аниматором на турбазе или в оздоровительном лагере [1, с.80].

К сожалению, чаще всего учебные планы и программы корректируются учебными заведениями в зависимости от наличия преподавателей, способных прочесть ту или иную дисциплину. А в идеале при составлении планов и программ обучения необходимо учитывать пожелания работников туристского и гостиничного бизнеса, к которым придут на работу выпускники. Однако здесь встает проблема подбора преподавателей.

Высококвалифицированных преподавателей по общепрофессиональным и специальным дисциплинам найти достаточно тяжело, особенно в регионах. Как правило, из этой ситуации учебные заведения находят два выхода: либо приглашают практиков турбизнеса, либо предлагают освоить эти дисциплины преподавателям вуза. Однако первым часто не хватает знаний по педагогике и методике преподавания, а вторым — профессиональных знаний и умений, применяемых на предприятиях туризма и гостеприимства. Здесь, на наш взгляд, самым продуктивным является система дополнительного образования, которая могла бы помочь пополнить недостающие знания практикам от бизнеса, а стажировки на предприятиях помогли бы получить практические навыки преподавателям-теоретикам.

Качество подготовки специалистов зависит от многих факторов: от квалификации профессорско-преподавательского состава, от правильности и слаженности организации учебного процесса, от материально-технической базы учебного заведения, от уровня методического обеспечения учебного процесса и самостоятельной работы студентов, от познавательной активности студентов, от обширности баз практик и качества организации практик [3, с. 25].

К сожалению, большинство туристских и гостиничных предприятий либо вообще отказываются от студентов-практикантов, либо подходят к вопросу прохождения практик формально. После такого некачественного прохождения практики многие студенты разочаровываются в выбранной профессии и начинают искать другие сферы для применения своих сил и энергии.

Самыми интересными и эффективными площадками для организации практик в летний период могут быть гостиницы на южных курортах,

которые заинтересованы в сезонном обслуживающем персонале. Но у площадок для практик на выезде есть и свои недостатки: необходимы финансовые средства для приобретения билетов на транспорт, работа вне постоянного места жительства требует большой ответственности за жизнь и здоровье практикантов не только во время работы, но и во время проведения досуга. При организации практики на выезде обязательно должен быть более тщательный преподавательский контроль, который, как правило, затруднен из-за дополнительных финансовых расходов.

Проблема контроля преподавателями прохождения практики вообще стоит достаточно остро. Формально у каждого студента есть руководитель практики от учебного заведения и от предприятия, но реально чаще всего нет ни одного руководителя, способного помочь, направить, проконтролировать действия студента. Связано это с тем, что руководители от предприятия, как правило, очень занятые люди (особенно в высокий сезон, на который приходится большая часть студенческих практик), а руководители от вуза вообще находятся в законном отпуске. Кроме того, количество часов учебной нагрузки преподавателя, отведенных на организацию практик настолько мизерное, что проверки с выходом на предприятия в этот объем часов уместить невозможно. Иными словами, контроль за прохождением практик отсутствует, следовательно, и судить о её качестве можно весьма условно, опираясь на формальные бумажные отчеты и справки.

Итоги практик надо обобщать не только в отчетах, но и использовать при написании проектов, курсовых и выпускных работ. Если студентам удастся собрать хороший материал и представить проект, который можно воплотить в жизнь, то такой проект становится интересен работникам туристского и гостиничного бизнеса. Однако чаще всего студентов не допускают до каких-либо сведений, поэтому во многих работах присутствуют вымышленные цифры, делаются «липовые» расчеты, что опять-таки ведет к недоверию и разочарованию.

Среди множества проблем, связанных с трудоустройством выпускников, важнейшей, является проблема их конкурентоспособности на туристском рынке. Работодатели предъявляют к выпускникам справедливые, но жесткие требования. Они ждут от молодых специалистов не столько общих теоретических знаний, сколько

осведомленности в практических вопросах гостиничного и туристского бизнеса, знания специфики и нюансов работы.

Выходя на рынок, выпускники, изначально попадают в неравные условия по сравнению с работающими в этом бизнесе. Они проигрывают в конкурентной борьбе по многим параметрам, но, прежде всего, из-за отсутствия опыта работы и, следовательно, отсутствия владения необходимыми умениями и навыками. Работодатели часто сетуют на некачественную подготовку кадров, обвиняя в этом учебные заведения, которые, в свою очередь, считают виновными предприятия, не обеспечивающие качественной практики студентам. Т. е. до сих пор существует непонимание между учебными заведениями, обеспечивающими предложение, и туристскими предприятиями, у которых есть спрос на специалистов.

Кроме того, существует ряд проблем, связанных с адаптацией выпускников на предприятиях. Известно, что адаптация на предприятии проходит по двум взаимосвязанным направлениям: первое направление — это социально-психологическая адаптация, второе направление — адаптация профессиональная.

Социально-психологическая адаптация зависит от социально-демографических характеристик (возраста, пола, национальности, уровня образования и т. п.), психофизиологических характеристик (состояния здоровья, выносливости, темперамента) и личностных качеств (коммуникабельности, умения работать в команде и т. п.). Чтобы социально-психологическая адаптация прошла менее болезненно, важно студентов заранее знакомить с особенностями работы, учить выходить из конфликтных ситуаций, прививать умение работать в команде, коллективе [2, с. 96].

Профессиональная адаптация зависит от общего культурного уровня, от уровня образования, качества полученного образования, от умения применить знания на практике и от элементарных умений пользоваться оргтехникой, умений разговаривать с клиентом грамотно по телефону и т. п. [4, с. 117].

Лишь отдельные предприятия выстраивают систему адаптации молодых специалистов, в большинстве случаев молодые специалисты предоставлены сами себе. Не имея опыта качественных практик за плечами, многие не выдерживают период адаптации и уходят в другие сфе-

ры деятельности. Причем, уходят чаще всего не худшие, а лучшие выпускники. Причинами ухода становится дискомфорт из-за низкого уровня практических навыков, низкий уровень заработной платы молодых специалистов, невозможность карьерного роста (особенно в небольших турфирмах), напряженный график работы и т. д. Это приводит к разочарованию, поиску более высокооплачиваемой работы, оттоку кадров в другие регионы или сферы деятельности.

Для того чтобы период адаптации проходил менее болезненно, молодым специалистам необходима поддержка, которую, на наш взгляд, могут оказать бывшие однокурсники и педагоги. Не случайно сейчас некоторые учебные заведения создают на своей базе Ассоциации выпускников. Работа такого объединения позволяет решить много разных проблем: это и проблема сохранения преемственности и традиций, и проблема адаптации молодых специалистов, и проблема совместного сотрудничества учебного заведения с выпускниками и предприятиями, на которых они работают. Учебное заведение будет надежной опорой для своих выпускников, а выпускники будут помогать в качественной организации практик студентов и трудоустройстве выпускников.

Очень важно правильно организовать систему дополнительного образования, чтобы выпускники могли повысить свой уровень квалифика-

ции, причем, собственные выпускники должны иметь более льготные условия при оплате дополнительного обучения. Это будет привлекательным фактором как для выпускников, так и для абитуриентов.

Система дополнительного профессионального образования необходима также работникам туристского или гостиничного бизнеса, не имеющим профильного образования, а также людям от бизнеса, которые занимаются организацией практики студентов на предприятии.

Таким образом, реалии сегодняшнего дня свидетельствуют о необходимости пересмотра отечественной системы подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства с учетом внедрения практико-ориентированного подхода в тесном взаимодействии с практиками туристского и гостиничного бизнеса. Ликвидацию кадрового голода в отрасли не исправить только сменой образовательных и профессиональных стандартов, ее можно преодолеть, разработав целый комплекс мероприятий, направленных на повышение престижности профессий этой отрасли экономики; стимулирование ранней профориентации школьников; повышение качества профессорско-преподавательского состава; разработку механизма эффективной организации практик студентов и адаптации молодых специалистов на рабочих местах.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Булыгина И.И. Возможности реализации практико-ориентированного подхода в процессе подготовки кадров для сферы сервиса и туризма // Актуальные вопросы гуманитарного знания в современном обществе. Материалы Международной научно-практической конференции «Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук» / Под научной редакцией И.Т. Насретдинова. — 2017. — С. 80.

2. Булыгина И.И. Проблемы профессиональной адаптации студентов и выпускников туристских специальностей // Социально-психологическая адаптация школьников и студентов в образовательном пространстве. Материалы Международной научно-практиче-

ской конференции. / Ответственный редактор Н.Е. Варшавская. — 2009. — С. 95–100.

3. Булыгина И. И. Туризм и туристские кадры в стремительно меняющихся условиях современного мира // Туристский сезон 2021: проблемы и перспективы. Материалы научно-практического on-line форума. Под научной редакцией И.С. Кусова, Н.В. Шабалиной, Р.Р. Тимиргалеевой. — Майкоп, 2021. — С. 23–26.

4. Булыгина И.И., Руссу Е.М. Особенности адаптации персонала в гостиничных предприятиях // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы. сборник статей по материалам 3-й международной студенческой научно-практической конференции. — 2017. — С. 115–118.

*Васина Елена Вячеславовна*

д.э.н., директор  
«Петровский колледж»  
e.vasina@petrocollege.ru

*Вахманова Ольга Валерьевна*

начальник центра компетенций  
«Петровский колледж»  
o.vahmanova@petrocollege.ru

## РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Аннотация.** В данной статье представлен опыт реализации проектов федерального и международного уровней в СПб ГБПОУ «Петровский колледж» в контексте процессов глобализации и модернизации профессионального образования, с учетом приоритетных направлений экономического развития Российской Федерации.

**Ключевые слова:** федеральный проект, профессиональное образование, непрерывное образование, проект ImProfEdu.

*Vasina Elena V.*

PhD in Economics, director  
«Petrovsky college»

*Vakhmanova Olga V.*

Head of Department of Competences  
«Petrovsky college»

## IMPLEMENTATION OF FEDERAL AND INTERNATIONAL PROJECTS IN ORGANIZATIONS OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION

**Summary.** This article is dedicated to the presentation of the Petrovsky College experience concerning implementation of federal and international projects in the context of the processes of globalization and modernization of vocational education, considering the priority directions of economic development of the Russian Federation.

**Keywords:** federal project, professional education, long-life learning, project ImProfEdu.

В настоящее время обновление системы среднего профессионального образования, учитывающее внедрение передовых подходов к подготовке кадров, является одним из приоритетных направлений развития экономики Российской Федерации.

В силу стратегической значимости системы среднего профессионального образования на федеральном и региональном уровнях в последние годы были успешно реализованы проекты и инициативы, ориентированные на минимизацию кадрового дефицита и обеспечение соответствия компетенций выпускников профессиональных образовательных организаций текущим и перспективным требованиям работодателей.

Расширение потребности работодателей в кадрах, обладающих мультидисциплинарными компетенциями и минимальной потребностью в адаптационном периоде при трудоустройстве — общемировые тенденции, определяющие контекст развития системы профессионального образования.

Среди приоритетных направлений программы развития колледжа на 2018–2022 годы необходимо выделить оптимизацию структуры подготовки кадров с учетом наиболее востребованных на рынке труда новых и перспективных профессий и специальностей СПО; обеспечение участия студентов в чемпионатах WorldSkills Russia, олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства; приобретение современного

учебно-производственного и информационного оборудования; формирование кадрового состава колледжа на уровне, соответствующем современным требованиям развития профессионального образования; кооперирование колледжа с внешней средой для формирования устойчивых связей по обучению и трудоустройству выпускников; создание условий для получения СПО людьми с ограниченными возможностями здоровья; продолжение формирования современной системы непрерывного образования для всех категорий населения совместно с работодателями и социальными партнерами в сфере образования.

Глобальная информатизация общества, развитие цифровой экономики, вынужденный и резкий переход к масштабному обучению в дистанционном или гибридном формате влияет на обязательность освоения и применения всеми участниками образовательного процесса информационных технологий и современных технологий работы с учебной, научной, профессиональной информацией.

Индустрия 4.0 характеризуется технологической трансформацией экономики, глобальным переходом в производстве, сопровождающийся массовой автоматизацией и цифровизацией производства. Данная трансформация требует от работников новых компетенций и формирует запрос к сфере образования. Цикл обновления технологий разворачивается быстрее, чем цикл обновления компетенций в сфере профессионального образования. И действующая в России на данный момент система дополнительного профессионального образования и профессионального обучения не компенсирует серьезный разрыв в компетенциях работников, так как лишь 26% занятого населения в Санкт-Петербурге и 35% по России осваивают программы дополнительного профессионального образования или профессионального обучения. Непрерывное образование в течение всей жизни является одним из трендов современного общества.

Использование дистанционных образовательных технологий и электронных образовательных ресурсов в Петровском колледже способствует повышению качества подготовки обучающихся, развитию системы дополнительного образования, профессионального обучения, повышению мобильности образовательной среды, увеличению территориального охвата экономически активного населения, желающего

приобрести определённые компетенции, повысить свой образовательный статус, получить образование, включению в профессиональное образовательное сообщество лиц с ограничениями возможностей здоровья и инвалидов.

Для реализации образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий и электронных образовательных ресурсов необходимо наличие электронного образовательного контента, обладающего: унифицированными свойствами, обеспечивающими кроссплатформенность; модульностью; связью с основными образовательными программами профессиональной образовательной организации.

При этом открытость новым технологиям, новым условиям деятельности, способам общения и средствам реализации творческого потенциала с учетом процессов массовой социальной и межкультурной коммуникации предоставляет обучающимся возможность свободного развития и свободного выбора формы самореализации. Одной из задач будущего развития колледжа является развитие единого воспитательного пространства.

Работодатель ожидает от будущего сотрудника готовности к быстрой смене и деятельности, новым проблемам и неожиданным обстоятельствам, что обуславливает необходимость принятия самостоятельных решений обучающимся, выбора им учебной стратегии и стратегии поведения, понимания возможностей и способов реализации.

Преподаватели всё в большей степени используют в педагогической деятельности технологии самоорганизации и самопрезентации, выбора и принятия решений, развития критического и диагностического мышления. Развитие индивидуальных образовательных траекторий в системе непрерывного образования будущего специалиста становится приоритетным в системе среднего профессионального образования.

В соответствии с положениями Стратегии развития системы подготовки рабочих кадров и формирования прикладных квалификаций в Российской Федерации на период до 2020 года была реализована разработка федеральных государственных образовательных стандартов по 50 наиболее востребованным, новым и перспективным профессиям и специальностям, а в дальнейшем проведена актуализация действующих

федеральных государственных образовательных стандартов, предусматривающих проведение демонстрационного экзамена как формы государственной итоговой аттестации по программам среднего профессионального образования.

В стадии реализации находится Приоритетный проект «Рабочие кадры для передовых технологий», который предусматривает создание в Российской Федерации конкурентоспособной системы СПО, обеспечивающей подготовку высококвалифицированных специалистов и рабочих кадров в соответствии с современными стандартами и передовыми технологиями. В рамках проекта разрабатываются региональные перечни наиболее перспективных и востребованных профессий и специальностей, создаются специализированные центры компетенций по стандартам «Ворлдскиллс», активно внедряется демонстрационный экзамен.

В период с 2019 по 2024 годы Министерством просвещения Российской Федерации проводится ежегодный конкурсный отбор на предоставление из федерального бюджета грантов в форме субсидий в целях оказания государственной поддержки профессиональных образовательных организаций в целях обеспечения соответствия их материально-технической базы современным требованиям федерального проекта «Молодые профессионалы» (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)» национального проекта «Образование» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования». В рамках реализации данного проекта запланировано создание мастерских по приоритетным группам компетенций Ворлдскиллс Россия для реализации программ профессионального образования, профессионального обучения и дополнительного профессионального образования взрослого населения и школьников. проведения аттестации в форме демонстрационного экзамена, а также проведения профориентационных мероприятий.

В СПб ГБПОУ «Петровский колледж» в 2020 году созданы 5 мастерских по направлению «Искусство, дизайн и сфера услуг» (по компетенциям «Администрирование отеля», «Графический дизайн», «Организация экскурсионных услуг», «Парикмахерское искусство», «Туризм»).

Своевременная реализация мер по организации коротких гибких, практикоориентированных образовательных программ для всех

категорий населения позволит в краткосрочном периоде минимизировать кадровый дефицит с использованием инфраструктуры мастерских. В 2020 году на базе Петровского колледжа было организовано обучение для лиц, пострадавших от распространения COVID-19, по компетенциям «Администрирование отеля», «Организация экскурсионных услуг», «Парикмахерское искусство», «Предпринимательство» и «Электромонтаж». В настоящее время реализуются программы Академии Ворлдскиллс по компетенциям «Администрирование отеля» и «Организация экскурсионных услуг» в рамках реализации федерального проекта «Содействие занятости»

Система среднего профессионального образования должна стать гибкой, предусматривать разные формы и сроки подготовки, предоставлять участникам равные возможности для обучения и самореализации вне зависимости от места проживания, обеспечивать широкие возможности для повышения квалификации и обучения в течение всей жизни.

Решение данной цели представляется возможным через разработку комплекса мероприятий, предусматривающего: совершенствование механизмов привлечения работодателей к формированию содержания образовательных программ, организации практического обучения, трудоустройству выпускников; внедрение современных технологий обучения; развитие различных форм сотрудничества; разработка и распространение в системе профессионального образования новых технологий и форм организации учебного процесса путем создания методической базы, повышения квалификации педагогических работников.

В Петровском колледже создана система социального партнерства, которая открывает для колледжа дополнительные возможности: постоянный доступ к информации о рынке труда, что позволяет уточнить структуру специальностей и профессий, объем подготовки кадров; учет требований работодателей по содержанию подготовки специалистов путем совместной разработки учебных программ и планов; организация практики студентов на оборудовании, задействованном в реальном секторе сферы услуг; систематическая стажировка преподавателей колледжа в организациях реального сектора экономики; оценка качества подготовки специалистов требованиям работодателей с учетом формирования



необходимых профессиональных компетенций. Преимуществами взаимодействия в рамках социального партнерства являются: разработка эффективных механизмов взаимодействия для повышения качества образования; проведение экспертизы образовательных программ; создание системы независимой оценки качества образования; мониторинговые исследования на всех уровнях взаимодействия.

Независимая оценка качества образования является основной целью внедрения демонстрационного экзамена при проведении промежуточной и итоговой аттестации по основным и дополнительным образовательным программам. Участие предприятий в демонстрационном экзамене предусмотрено на различных уровнях: разработка заданий демонстрационного экзамена в комплекте оценочной документации; создание и развитие инфраструктуры центров проведения демонстрационного экзамена (в соответствии с требованиями инфраструктурных листов WorldSkills); участие экспертов от предприятий в оценке выполнения заданий демонстрационного экзамена.

В контексте процессов глобализации и модернизации профессионального образования деятельность колледжа направлена на повышение качества обучения также за счет участия студентов и преподавателей в международном обмене знаниями и технологиями.

Международное сотрудничество реализуется через участие в международных проектах и исследованиях, установление и развитие международных партнерских связей с целью создания и реализации совместных образовательных программ, организации зарубежных стажировок для преподавателей и студентов и практического обучения. Несомненно, что участие Петровского колледжа в период с мая 2020 года по октябрь 2022 года в реализации российско-финского проекта «Совершенствование профессионального образования с учетом потребностей рынка труда Финляндии и России с использованием инновационных методов и новых технологий ImProfEdu» позволит достичь реализации всех обозначенных целей, стратегически значимых на федеральном и региональном уровнях для повышения качества подготовки квалифицированных кадров.

Проект «ImProfEdu» предполагает реализацию 5 этапов работы:

1. Исследование компаний с целью выявления компетенций, необходимых людям для ра-

боты в мультикультурной международной компании в России и Финляндии.

2. Сравнение существующих образовательных программ в колледжах с результатами исследования и планирование новых учебных блоков и учебной среды для формирования компетенций, необходимых при работе в мультикультурной компании в Финляндии и России.

3. Изучение новых учебных блоков с использованием новой интернет-платформы, а также семинаров, вебинаров, визитов и конкурсов в Финляндии и России.

4. Апробация (пилотирование) учебных блоков и совместная с компаниями корректировка учебных блоков по результатам апробации.

5. Заключительный отчет, обеспечивающий устойчивость результатов проекта и информирование о результатах проекта.

Образовательные программы реализуются Петровским колледжем (по направлениям «Бизнес-администрирование», «Парикмахерское искусство», «Туризм») и Санкт-Петербургским архитектурно-строительным колледжем (по направлению «Дизайн интерьера») совместно с организациями из Финляндии (Профессиональный колледж региона Коуволла — KSAO; Объединенное управление образования Котка — Хамина — ЕКАМІ).

Участвуя в данном проекте и используя опыт международного сетевого взаимодействия, колледж стремится развивать партнерские отношения с работодателями российских и финских компаний, расположенных в приграничных регионах, изучать финский опыт подготовки кадров для сферы услуг, разрабатывать гибкие программы с различными сроками обучения для удовлетворения требований работодателей, повышать квалификацию преподавателей для реализации обновленных программ, а также реализовывать образовательные программы, предполагающие дуальное обучение выпускников российских и финских колледжей.

Реализация проекта способствует решению общих вопросов программы СВС Юго-Восточная Финляндия-Россия на 2014–2020 годы с точки зрения экономического и социального развития приграничных регионов стран-партнеров, а также решению тематической задачи «Поддержка образования, научных исследований, технологического развития и инноваций», что является актуальным и значимым в период Индустрии 4.0. и глобализации.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26.12.2017 № 1642)
2. Государственная программа Российской Федерации «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р).
3. Приоритетный проект «Рабочие кадры для передовых технологий» («Подготовка высококвалифицированных специалистов и рабочих кадров с учетом современных стандартов и передовых технологий») (утвержден протоколом президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 22 марта 2017 г. № 3).
4. Стратегия развития системы подготовки рабочих кадров и формирования прикладных квалификаций в Российской Федерации на период до 2020 года (одобрено Коллегией Минобрнауки России, протокол от 18 июня 2013 г. № ПК-5вн).
5. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»
6. Федеральная целевая программа развития образования на 2016–2020 годы (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 23.05.2015 № 497).

*Власенко Дина Михайловна*  
преподаватель  
«Колледж туризма и гостиничного сервиса»  
vlaskodina@gmail.com

*Горелая Лилия Валентиновна*  
преподаватель  
«Колледж туризма и гостиничного сервиса»  
yudliliya@yandex.ru

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПО СТАНДАРТАМ WORLDSKILLS

**Аннотация.** В настоящее время профессиональное образование тесно связано со сферой бизнеса. Сотрудничество между образовательным учреждением и работодателем требует четко выстроенного механизма партнерских отношений. Для объективной оценки уровня профессиональной подготовки выпускников возникает необходимость прибегать к независимой оценке со стороны работодателей при этом учитывая современные тенденции в развитии образования.

**Ключевые слова:** демонстрационный экзамен, работодатель, социальный партнер, профессиональные навыки, аттестация, выпускник.

*Vlasenko Dina M.*  
Lecturer  
«College of Tourism and Hospitality»

*Gorelaya Lilia V.*  
Lecturer  
«College of Tourism and Hospitality»

## INTERACTION WITH EMPLOYERS DURING PREPARATION AND DEMONSTRATION OF EXAM ACCORDING TO WORLDSKILLS STANDARDS

**Summary.** Currently, vocational education is closely linked to the business sphere. Cooperation between an educational institution and an employer requires a well-structured partnership mechanism. For an objective assessment of the level of professional training of graduates, it becomes necessary to resort to an independent assessment by employers, while taking into account current trends in the development of education.

**KEYWORDS:** demonstration exam, employer, social partner, professional skills, certification, graduate.

*«У нас есть традиционный разрыв между работодателем и образованием,  
и проект WorldSkills во многом нацелен на создание мостика  
между бизнесом и системой подготовки»*

**Роберт Уразов**  
генеральный директор  
АНО «Агентство развития  
профессионального мастерства Ворлдскиллс, Россия»

Одним из важных условий повышения уровня профессиональной подготовки и адаптации молодых специалистов на рынке труда является взаимодействие работодателей и учебного заведения. Несмотря на большое количество форм такого взаимодействия, немногие из них способствуют

успешному «включению» молодого специалиста в сложный и неоднородный рынок труда. Внедрение эффективных форм отношений является важным этапом совершенствования модели молодого специалиста, формирования востребованных и конкурентоспособных молодых специалистов.

В 2017 году в России впервые прошёл демонстрационный экзамен по международным стандартам WorldSkills. В эксперименте участвовали 14 тысяч выпускников колледжей из 26 регионов страны. Во время итоговой аттестации вчерашние студенты показали на практике, чему научились за годы учёбы.

Демонстрационный экзамен по стандартам Ворлдскиллс — это форма государственной итоговой аттестации выпускников по программам среднего профессионального образования образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования, которая предусматривает:

- моделирование реальных производственных условий для демонстрации выпускниками профессиональных умений и навыков;

- независимую экспертную оценку выполнения заданий демонстрационного экзамена, в том числе экспертами из числа представителей предприятий;

- определение уровня знаний, умений и навыков выпускников в соответствии с международными требованиями.

Демонстрационный экзамен по стандартам Ворлдскиллс Россия проводится с целью определения у студентов и выпускников уровня знаний, умений, навыков, позволяющих вести профессиональную деятельность в определенной сфере и (или) выполнять работу по конкретным профессии или специальности в соответствии со стандартами Ворлдскиллс Россия.

Оценка в форме демонстрационного экзамена (инструмента независимой оценки компетенций) и в силу большой практической направленности может быть осуществлена только образовательными организациями, прошедшими специальную аккредитацию для проведения такого экзамена по конкретной компетенции или профессии/специальности. Аккредитация образовательной организации подтверждает наличие современной материально-технической базы (современных средств производства или оказания услуги). Также Ворлдскиллс Россия проводит аккредитацию площадок работодателей с последующим правом проведения демонстрационного экзамена.

Включение формата демонстрационного экзамена в процедуру государственной итоговой аттестации обучающихся профессиональных образовательных организаций — это модель независимой оценки качества подготовки кадров, со-

действующая решению нескольких задач системы профессионального образования и рынка труда без проведения дополнительных процедур [3].

Выпускники, прошедшие аттестационные испытания в формате демонстрационного экзамена получают возможность:

- одновременно с подтверждением уровня освоения образовательной программы в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами подтвердить свою квалификацию в соответствии с требованиями международных стандартов Ворлдскиллс без прохождения дополнительных аттестационных испытаний;

- подтвердить свою квалификацию по отдельным профессиональным модулям, востребованным предприятиями-работодателями и получить предложение о трудоустройстве на этапе выпуска из образовательной организации;

- одновременно с получением диплома о среднем профессиональном образовании получить документ, подтверждающий уровень профессиональных компетенций в соответствии со стандартами Ворлдскиллс Россия — Паспорт компетенций (Skills Passport).

Скиллс-паспорт (от англ. skills passport; «паспорт компетенций») — электронный документ, разработанный Ворлдскиллс Россия, который подтверждает уровень владения профессиональными навыками согласно национальным, мировым и корпоративным стандартам WorldSkills [1].

Скиллс-паспорт (см. рисунок) отражает общий результат проведения независимой оценки компетенций по методике WorldSkills и позволяет понять в деталях сильные и слабые стороны студентов, выпускников, сотрудников, что они уже хорошо умеют, и что еще требуется научиться делать, чтобы стать квалифицированным специалистом в той или иной профессии или специальности.

С точки зрения работодателя, скиллс-паспорт отражает индивидуальный уровень владения компетенциям в контексте выполнения различных трудовых функций и может быть использован как своеобразный индустриальный сертификат качества специалиста [4].

Глобальная цель инициативы — создать в системе образования четкий ориентир подготовки и понятный инструмент признания навыков специалиста.

Основными целями создания и популяризации скиллс-паспорта можно назвать:

— обеспечение безбарьерного рынка труда для стран-членов WorldSkills International (WorldSkills);

— организация поиска квалифицированных сотрудников;

— обеспечение трудоустройства на основе конкретных компетенций кандидата;

— обеспечение необходимой мобильности на рынке труда, включая межиндустриальную мобильность;

— инструмент оценки качества подготовки специалистов и сопоставления национальной системы подготовки кадров с лучшими мировыми практиками.

Все выпускники, прошедшие демонстрационный экзамен и получившие Паспорт компетенций, вносятся в базу данных молодых профессионалов, доступ к которому предоставляется всем ведущим предприятиям-работодателям, признавшим формат демонстрационного экзамена, для осуществления поиска и подбора персонала. Причём компетенции подтверждаются не дипло-

мом с оценками по предметам, а скиллс-паспортом с перечислением конкретных навыков. В нём обозначены модули, которые выполнил студент.

Для образовательных организаций проведение аттестационных испытаний в формате демонстрационного экзамена — это:

— возможность объективно оценить содержание и качество образовательных программ;

— объективно оценить материально-техническую базу;

— оценить уровень квалификации преподавательского состава;

— возможность определения точек роста и дальнейшего развития в соответствии с актуальными требованиями международного рынка труда.

Предприятия получают доступ к единой базе участников движения «Молодые профессионалы (WorldSkills Russia) и выпускников, прошедших процедуру демонстрационного экзамена, и могут осуществить подбор лучших молодых специалистов по востребованным компетенциям, оценив

**worldskills Russia** СЕТЕВОЕ АГЕНТСТВО РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕСУРСОВ КАДРОВ «ВЕДЕКО» ГРОЗНОСКОЛЬСКИЙ ДИСТРИКТ «КАВКАЗ»

**SKILLS PASSPORT** ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ

**Иванов**  
**Иван Иванович**  
ДАТА РОЖДЕНИЯ: 19.05.2000

**КОМПЕТЕНЦИЯ И КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ:**  
Поварское дело / 1.3

**ПРОФЕССИЯ / СПЕЦИАЛЬНОСТЬ:** 19.01.17 Повар, кондитер

**СВИДЕТЕЛЬСТВО О КВАЛИФИКАЦИИ:** от 30.12.2019 №33.01101.02.00000001.22, 33.01101.02. Повар, 4 уровень квалификации

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ:** Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение "Невинномысский индустриальный колледж" (Ставропольский край)

**ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ ЭКЗАМЕНА:** 24.12.2019

**ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**  
17,67 из 35,41 баллов

**ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В РАЗРЕЗЕ ГРУППЫ НАВЫКОВ / WSS:**

1. Организация и управление работай	0,37 / 0,7
2. Навыки коммуникации и работы с клиентами	1,86 / 1,86
3. Санитария и гигиена, техника безопасности и нормы охраны здоровья, окружающая среда	2,22 / 2,22
4. Знания об ингредиентах и меню	0,6 / 0,77
5. Подготовка ингредиентов	4,7 / 4,77
6. Применение различных методов тепловой обработки	2,34 / 2,34
7. Изготовление и презентация блюд	1,58 / 2,91
8. Приобретение и хранение пищевых продуктов, составление смет, учет	4 / 4

**ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В РАЗРЕЗЕ КРИТЕРИЕВ / МОДУЛЕЙ:**

A. Холодная закуска - finger food (в том числе работа модуля 1)	14,65 / 27,47
B. Десерт "открытый пирог"	1,81 / 3,97
E. Горячее блюдо - Рыба	1,21 / 3,97

Петрова Ольга Петровна  
Главный эксперт, свидетельство № 0000036090

Детализация результатов по ссылке:  
[http://worldskills.ru/di5hrk3\\*\\*\\*\\*](http://worldskills.ru/di5hrk3****)

Информация о паспорте:  
<http://worldskills.ru>

№ 000-000-000-2645

Рисунок — Образец скиллс-паспорта участника демонстрационного экзамена

на практике их профессиональные умения и навыки, а также определить образовательные организации для сотрудничества в области подготовки и развития персонала.

Демонстрационный экзамен учитывает реальные требования рынка труда, а не условные стандарты.

Именно поэтому, работы экзаменуемых оценивают независимые эксперты от отраслевых предприятий, которые знакомы с реальными требованиями на производстве или в офисе.

Традиционный экзамен проводит преподаватель, который сам обучал студентов. В основном это формат ответов на теоретические вопросы. В соответствии с методикой WorldSkills, студента экзаменуют независимые эксперты, причём проверяют его практические навыки. Конкурсное задание остаётся одинаковым для всех, поэтому исключается фактор везения.

Задания для демонстрационного экзамена действительно трудно сравнить с ответами на билеты. В течение нескольких дней студенты выполняют такие же задачи, что и участники международных чемпионатов WorldSkills. Теория сведена к минимуму — она лишь подкрепляет действия, которые нужно выполнять в реальных условиях на реальном оборудовании.

Демонстрационный экзамен даёт чёткую картину, на каком оборудовании нужно готовить студентов, учитывая запросы работодателя.

Таким образом, решается сразу несколько проблем: объективность оценки, её адекватность и разрыв между требованиями работодателей и навыками выпускников. В этих условиях выигрывают все. Учебные заведения совершенствуют систему подготовки, студенты отрабатывают

навыки для реального, а не абстрактного сектора экономики, а предприятия получают доступ к базе квалифицированных кадров, которые отвечают всем установленным стандартам.

Демонстрационный экзамен по стандартам Ворлдскиллс Россия включили в федеральный проект «Молодые профессионалы» национального проекта «Образование». Он является уникальным инструментом оценки уровня знаний, умений и практических навыков, ориентирующимся на лучшие мировые и национальные практики. На текущий момент уже 70% организаций среднего профессионального образования применяют демонстрационный экзамен в качестве инструмента оценки. В 2021 году через экзамен прошло 20% выпускников, а к 2024 году согласно показателям федерального проекта планируется, что 15% учащихся будут показывать уровень умений и навыков, соответствующий национальным и международным стандартам.

В 2020 году исследовательская компания «Ромир» опросила 600 представителей российских компаний — от стартапов до корпораций, имеющих опыт сотрудничества с Ворлдскиллс. По результатам исследования, 68% тех из них, кто имеет опыт работы с демонстрационным экзаменом, уверены, что прохождение такой процедуры студентами важно для компании при приеме на работу [2].

Около 650 российских компаний, в том числе государственные корпорации, признали скиллс-паспорт документом, подтверждающим уровень владения компетенциями. Среди российских компаний, признающих скиллс-паспорт — госкорпорация Росатом, ОАК, 1С, Кука, DMG Mori и другие.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Официальный сайт АНО «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)». — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://worldskills.ru/> (дата обращения .19.11.2021).

2. Практический журнал по управлению человеческими ресурсами «Директор по персоналу». — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/news/72944-bolee-650-rossiyskih-kompaniy-primenyayut-skills-pasport-dlya-otsenki-i-podboru-personala> (дата обращения 19.11.2021).

3. Распоряжение Минпросвещения России от 01.04.2019 N P-42 (ред. от 01.04.2020) «Об утверждении методических рекомендаций о проведении аттестации с использованием механизма демонстрационного экзамена».

4. Содержательная характеристика разделов и содержания скиллс-паспорта. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://promo.sp.worldskills.ru/> (дата обращения 19.11.2021).

*Волгин Сергей Иванович*  
доцент, к.п.н.,  
кафедра управления предприятием  
Ярославский государственный технический университет  
VSERGEY75@mail.ru

## СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ В РОССИИ

**Аннотация.** Актуальность рассматриваемого вопроса заключается в том, что сегодня деятельность профессиональной образовательной организации все больше ориентируется на удовлетворение потребностей рынка труда, поэтому особо значимым становится система взаимодействия с социальными партнерами не только с целью получения материальной поддержки, но и, прежде всего, с целью развития профориентационной работы со студентами.

**Ключевые слова:** социальное партнерство, профессиональные компетенции, приоритетные направления.

*Volgin Sergey I.*  
Associate Professor, Ph.D.  
Department of Enterprise Management  
Yaroslavl State Technical University

## SOCIAL PARTNERSHIP IN THE FIELD OF VOCATIONAL EDUCATION: FOREIGN EXPERIENCE AND PROBLEMS OF ITS ORGANIZATION IN RUSSIA

**Abstract.** The relevance of the issue under consideration lies in the fact that today the activity of a professional educational organization is increasingly focused on meeting the needs of the labor market, therefore, the system of interaction with social partners is becoming particularly important, not only for the purpose of obtaining material support, but also, above all, for the purpose of developing career guidance work with students.

**Keywords:** social partnership, professional competencies, priority areas.

Россия вступила в XXI век с развитой системой профессионального образования, которое должно стать основой всех преобразований, проводимых в нашей стране. По сути это тот фундамент, который позволит построить сильную и процветающую Россию, стать ключевым условием развития экономики и повышения благосостояния населения.

За последние годы во всех уровнях профессионального образования происходят серьезные стратегические изменения. Сегодня профессиональное образование с новой силой востребовано обществом и экономикой. Колледжи, техникумы и училища выступают мощным фактором социализации молодежи, стабильности российского общества.

Вместе с тем современное состояние экономики новой России, стратегия экономического и социального развития, ее диверсификация, процессы глобализации и прежде всего инфор-

мационные технологии ставят перед нами задачи по дальнейшему обновлению всего профессионального образования, требуют постоянной координации этой деятельности.

Именно оно обеспечивает подготовку молодых людей к жизни и связано с их будущим жизненным успехом, успехом страны, успехом всего общества. В конечном итоге — формирование конкурентоспособной личности, специалистов и рабочих кадров обеспечит конкурентоспособность страны.

Все это во многом определяет современный выбор пути, дальнейшего развития российского профессионального образования, формирует еще более высокие требования к целям, содержанию и качеству образования. Качественное образование — это соответствие профессиональных компетенций кадров потребностям личности, производства и социальной сферы, рынка труда потребностям всех сторон жизни общества.

Как никогда от профессионального образования общество ждет, что оно в большей степени будет способствовать формированию современного этического сознания, воспитанию уважения к достоинству человека, прививать ему чувство глобальной солидарности и ответственности за создание устойчивого будущего всех регионов России.

Сегодня становится очевидным, что решение актуальных социально-экономических задач, в том числе по увеличению ВВП, напрямую зависит от эффективного использования труда, изменения структуры и развития качества рабочей силы, качества профессионального образования.

Необходимо отметить наметившуюся и развивающуюся в настоящее время тенденцию: российский бизнес осознал, что без квалифицированных кадров он в ближайшей перспективе окажется неконкурентоспособным.

В сложившихся условиях одним из приоритетных направлений развития начального и среднего профессионального образования является формирование устойчивой взаимосвязи образования с производством, направленной на значительное сближение подготовки специалистов к требованиям отраслей экономики и конкретных работодателей, обеспечение связи обучения студентов с предприятиями, на которых им предстоит работать.

Современный прогресс в промышленности требует, в свою очередь, специалистов, обладающих хорошим знанием не только своей специальности, но и смежных с ней, свободно использующих в работе компьютерную технику, информационные технологии при создании технической документации, знающих иностранные языки, работников, которые могут приступить к производственной деятельности самостоятельно с первых дней работы на предприятии, при чем предприятиям необходимы специалисты здесь и сейчас.

Это может быть реализовано в рамках партнерского сотрудничества между системой образования и сферой труда, то есть организации процесса непрерывного образования школа — колледж — ВУЗ — предприятие. Взаимодействие системы профессионального образования и производства является составной частью социального партнерства как вида общественных отношений в социально-трудовой сфере, строящихся на согласовании интересов всех участников этого процесса.

В Национальной доктрине образования в Российской Федерации на период до 2025 г., обозначена необходимость опережающего развития начального профессионального образования с целью обеспечения активно развивающейся экономики рыночного типа квалифицированными кадрами, которые будут принимать активное участие в интеграции экономики на мировом уровне, создавая высокую конкурентоспособность страны и инвестиционную привлекательность [4].

В «Плане действий на рынке труда на 2019–2023 годы», определены приоритетные направления действий на рынке труда в области повышения качества рабочей силы и конкурентоспособности граждан на рынке труда:

- разработка прогноза потребности в рабочих и специалистах;
- мониторинг трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования;
- развитие системы внутрипроизводственного обучения персонала организаций;
- сохранение приоритета востребованных профессий при формировании контрольных цифр приема в сфере подготовки кадров для ведущих отраслей экономики;
- организация приема на целевое обучение по программам высшего образования в рамках установленной квоты по специальностям и направлениям подготовки, востребованным экономикой субъектов Российской Федерации;
- расширение практики стажировок молодежи с целью приобретения ими опыта работы, развития наставничества [7].

В 2019 г. национальный проект «Образование» пополнился новым направлением — ежегодная государственная поддержка на конкурсной основе подготовки рабочих кадров и специалистов для высокотехнологичных производств в государственных образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования (НПО и СПО), внедряющих инновационные образовательные программы. В рамках данного направления предполагается выявить и поддержать государственные учреждения НПО и СПО, внедряющие инновационные образовательные программы подготовки рабочих кадров и специалистов для высокотехнологичных производств. Результатом реализации данного направления станет: для сферы образования — создание качественно новых, адекватных современ-



менным требованиям условий для обучения, повышение привлекательности начального и среднего профессионального образования для молодежи, а для работодателей — повышение инвестиционной привлекательности образовательных учреждений данного уровня [5].

Предполагается, что инновационные учреждения НПО и СПО смогут стать ресурсными центрами, «точками роста» всей системы профессионального образования. Учитывая, что 75% вакансий, заявленных предприятиями в органы государственной службы занятости, составляют рабочие профессии, можно предположить достаточно высокий уровень востребованности на рынке труда выпускников учреждений начального профессионального образования.

За последние 30 лет система образования в России претерпела существенные качественные и количественные изменения, которые носили как содержательный, так и институциональный характер. При этом система образования развивалась и экстенсивно, и интенсивно. В вузы в настоящее время поступающих более 80% выпускников 11-го класса школ (по сравнению с 30–35% в конце 2000-х гг.). Бурно развиваются виртуальные (сетевые) университеты, которые создают серьёзную конкуренцию на рынке образования.

Основная часть ведущих Российских университетов будет преобразована в глобальные (транснациональные) научные центры, что приведет к усилению конкуренции, как за студентов, так и за профессорско-преподавательский состав (в наличие которого сейчас ощущается «голод»).

В том же направлении, хотя и в значительно меньшей степени, происходят изменения в сфере среднего профессионального образования. По предварительному прогнозу, к 2024 г. в организациях СПО будет учиться в 1,6–1,9 раза больше студентов (подготовка специалистов среднего звена), чем в настоящее время [2].

Сегодня отечественные предприятия заявляют о нехватке именно квалифицированных рабочих кадров, подготовку которых обеспечивает система начального профессионального образования.

Производство, с одной стороны, формирует заказ на специалиста с определенными качествами и видами деятельности, которые отражены в профессиональном стандарте подготовки будущего специалиста, с другой — создает необходимые условия для качественной производствен-

но-технологической подготовки и творческой деятельности обучаемых, но руководители производства не готовы ждать несколько лет пока система образования подготовит им специалистов, которые требуются сегодня.

Развитию социального партнерства в системе профессионального образования препятствует ряд факторов, в том числе:

- нестабильность работы ряда предприятий, что затрудняет формирование перспективного заказа на подготовку рабочих кадров;

- неготовность части руководителей к работе в новых экономических условиях;

- призыв юношей после окончания учебы на службу в армию, не позволяющую им адаптироваться на предприятиях, значительно снижает процент их закрепляемости на производстве;

- ограничение возможностей учреждения профобразования гибко и мобильно корректировать образовательные программы с учетом требований работодателей к квалификации выпускников;

- несовершенство законодательной базы, значительно снижающее мотивацию руководителей на сотрудничество с учреждением профобразования;

- завышенные требования работодателей к принимаемым на работу (желание иметь в первую очередь специалистов высокой квалификации и опытом работы);

- не отработан до конца механизм договорных отношений между всеми субъектами системы НПО и СПО и предприятиями, стимулирующими эти отношения.

- отсутствие единой системы профориентации в образовательных учреждениях [1].

В основу системы социального партнерства учреждений профессионального образования с предприятиями могут быть заложены следующие положения:

- системный подход;

- согласование между структурными и функциональными компонентами взаимосвязанных педагогических систем (учреждения профессионального образования и предприятия, требований и содержания обучения и т. д.);

- целевая подготовка специалистов на конкретные рабочие места;

- преимущество как системообразующий фактор интегрированной системы;

- ориентация системы на становление и творческое саморазвитие личности обучаемого

как активного субъекта учебной и предстоящей профессиональной деятельности;

— организация производственных практик непосредственно на предприятиях заказчиков.

Основополагающей задачей взаимодействия профессионального образования и производства является обеспечение качества подготовки выпускника в соответствии с потребностями отраслей экономики с учетом международных стандартов в области образования; создание системы доступного, вариативного образования, направленного на овладение знаниями и умениями, необходимыми для выполнения конкретной профессиональной деятельности.

Возможности социального партнерства перспективны и многоплановы. Их использование зависит от наличия в учреждении профессионального образования стратегии развития, мотивации педагогического коллектива на поиск и совершенствование форм партнерских отношений, что, к сожалению, на сегодняшний день не осуществляется. Все вопросы касающиеся профориентации и социального партнерства возложены на руководителей образовательных учреждений и преподавателей и причем их труд никак и никем, на государственном уровне, не мотивируется.

Центральная задача модернизации начального и среднего профессионального образования — обеспечение его конкурентоспособности на основе современных требований к качеству подготовки выпускника, выстраивание эффективной системы экономики и управления на федеральном и региональном уровне, которая будет отвечать запросам современной жизни и потребностям развития личности, общества, государства [7].

Необходимость опережающего развития НПО и СПО нашла свое отражение в реализации приоритетного национального проекта «Образование», позволившего вовлечь в процесс модернизации большое число работодателей, образовательных учреждений и студентов. Она также обусловлена и наличием устойчивого стремления молодежи к обучению в колледжах, техникумах, училищах, так как в них создаются условия для более раннего включения молодых людей в профессиональную деятельность на основе базовых профессиональных компетенций, создания условий для социализации личности и проявления ее гражданской зрелости. Многие семьи, молодые люди, в том числе и с ограничен-

ными социально-экономическими возможностями, рассматривают эти уровни образования как необходимые и достаточные, позволяющие им жить и работать в мире, в котором многие виды профессиональной деятельности не требуют высшего образования. Мы считаем, именно по этой причине эффективность НПО и СПО следует рассматривать не только с прагматичной точки зрения, но и в первую очередь и как важнейших факторов социального развития общества, как это рассматривается и в большинстве странах мира.

Подготовка современных высококвалифицированных рабочих и специалистов во многом будет определять темпы экономического роста страны и качество жизни, а дефицит кадров и уровень их компетенций грозит стать в ближайшие годы основной проблемой экономики.

Уже сегодня дефицит высококвалифицированных рабочих и специалистов в различных секторах экономики становится реальным и ежегодно возрастает. Количественное и качественное состояние трудового потенциала, объемы и структура подготовки кадров оценивается как неадекватное экономическому развитию страны.

Во многих странах именно потребители рабочих кадров берут на себя ряд функций по управлению системой начального профессионального образования. Так, в Великобритании центральную роль в области профобучения играют работодатели, а политику в сфере образования определяют в основном местные органы власти. Законодательные акты, регулирующие профобразование, в стране отсутствуют. Объем обучения определяется краткосрочными потребностями работодателей.

Модель, используемая в Великобритании, получила название «либеральной». Согласно этой модели объем и качество начального и непрерывного профессионального образования устанавливаются компаниями, а государство лишь предписывает уровни квалификационных стандартов выпускников, не осуществляя при этом регулирования образовательных «траекторий», приводящих к получению этих квалификаций. На общегосударственном уровне регулируются только национальные профессиональные квалификации (НПК) и общие национальные профессиональные квалификации (ОНПК). Форма и место их приобретения не представляют собой объектов регулирования.

В Дании, Нидерландах и Германии государство определяет общие рамки системы профобразования, всеми остальными вопросами занимаются работодатели [1].

В большинстве стран организации работодателей и профсоюзы активно участвуют в системе производственного обучения. Бизнес часто выступает в качестве организатора независимых учебных центров и учреждений непрерывного профессионального обучения. Государство использует следующие механизмы привлечения работодателей к социальному диалогу в сфере профобразования:

- государственные субсидии работодателям, создающим дополнительные учебные места для производственного обучения и обучения на рабочем месте;

- создание в рамках коллективных договоров учебных фондов, активы которых формируются либо из налога на фонд заработной платы, либо за счет государственных дотаций;

- предоставление ссуд для организации курсов переобучения и переподготовки высококвалифицированных работников в целях преодоления нехватки квалифицированных кадров, необходимых для развития высокотехнологичной промышленности;

- государственные дотации на обучение на рабочем месте;

- налоговые льготы предприятиям.

В России роль и участие потребителей кадров — работодателей — в развитии начального профессионального образования крайне незначительны в силу сложившейся ситуации на рынке труда, при которой спрос на рабочую силу был ниже, чем ее предложение и это несмотря на то, что высококвалифицированные рабочие и специалисты среднего звена — это самый большой сегмент производительных сил общества. Их доля в общей структуре занятых в экономике равна почти 70%. Но сегодня уже и предприятия, и государство осознали необходимость социального партнерства в сфере начального профессионального образования.

Профессиональное образование всех уровней еще не всегда адекватно реагирует на требования современной экономики. Структура, объемы подготовки кадров по-прежнему деформированы. Сегодня высшее образование обеспечивает подготовку специалистов на 60%, среднее профессиональное образование — на 25%, начальное — на 15%. В то время как структура потреб-

ностей отраслей экономики в специалистах с высшим образованием составляет 35%, со средним — 45% и с начальным профессиональным образованием — 20%. В производственной сфере продолжает обостряться проблема высокой потребности в высококвалифицированных рабочих и специалистах начального и среднего звена [3].

В этой связи Рособразованием осуществляется планомерная работа по оптимизации в целом сети подведомственных образовательных учреждений, которая направлена, прежде всего, на формирование условий для получения населением качественного профессионального образования, а также обеспечение реальной интеграции образования и науки, образования и производства, повышения инвестиционной привлекательности сферы образования, призванной обеспечить кадрами возрастающие потребности экономики.

Модернизация начального и среднего профессионального образования призвана сформировать адаптивную систему подготовки конкурентоспособных специалистов, свободно владеющих своей профессией и ориентированных в смежных областях деятельности, готовых к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, способных жить и работать в условиях высокого динамизма социально-экономической системы и таким образом — обеспечить потребность федерального и регионального рынка труда в кадрах в соответствии с современным состоянием и перспективами развития экономики, международными тенденциями в сфере труда и образования.

Социальное партнерство — это гибкая и открытая система. Взаимодействие образовательных учреждений и социальных партнеров будет устойчивым и долговременным лишь при условии системности в его осуществлении. Системный подход к осуществлению взаимосвязей образовательных учреждений и производства прежде всего предполагает, что производственные предприятия следует рассматривать в качестве педагогической подсистемы целостного процесса подготовки кадров.

Исходя из выше сказанного, можно предположить, что социальное партнерство в современных условиях — взаимодействие образовательного учреждения с субъектами экономической жизни в сфере труда с целью повышения эффективности профессионального образования позволит существенно модернизировать учебный процесс и сформировать у выпускников компетенции, требуемые работодателями.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бурляева В. А. Социальное партнерство и психолого-педагогические особенности подготовки к планированию профессиональной карьеры в студенческом возрасте в условиях непрерывного профессионального образования. — Невинномысск: НГГПИ, 2019. — 151 с.
2. Гусякова Л. Г. Социальное партнерство: проблемы, реалии, перспективы. — Барнаул: 2018. — 106 с.
3. Михеев В. А. Социальное партнерство: теория, политика, практика. — М.: Ин-т экономики, упр. и социал. отношений, 2018. — 549 с.
4. Национальная доктрина образования в Российской Федерации на период до 2025г., принята на основании постановления Правительства РФ от 04.10.2000 N 751.
5. Национальный проект «Образование» / Утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 03.09.2018 г.
6. Олейникова О. Н. Социальное партнерство в сфере профессионального образования. — М.: Центр изуч. пробл. проф. образования, 2016. — 85 с.
7. План действий на рынке труда на 2019–2023 годы / Утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации 11.07.2018.

*Воложанинова Татьяна Владимировна*

старший преподаватель  
кафедра сервиса и гостиничного дела  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского  
volozhaninova1610@mail.ru

*Крылова Людмила Вячеславовна*

к.т.н., доцент  
кафедра сервиса и гостиничного дела  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского  
koteika2205@mail.ru

## ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**Аннотация.** Целью данного исследования является представление теоретических концепций и разработок «комплекса маркетинговых коммуникаций», описание его сущности, важности, типов инструментов и эффективности. Успешная маркетинговая коммуникация основана на сочетании инструментов, называемых «рекламным комплексом». Эти инструменты включают в себя: рекламу, связи с общественностью, стимулирование продаж, прямой маркетинг, личные продажи и используются для описания набора инструментов, которые предприятие может использовать для эффективного информирования потребителей о преимуществах продуктов или услуг.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, комплекс маркетинговых коммуникаций, продвижение, рекламный комплекс, связи с общественностью, прямой маркетинг.

*Volozhaninova Tatiana V.*

Senior Lecturer  
Department of Service and Hospitality  
Donetsk national university of economy and trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

*Krylova Lyudmila*

Ph.D., Associate Professor  
Department of Service and Hospitality  
Donetsk national university of economy and trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky

## INSTRUMENTARY OF MARKETING COMMUNICATIONS

**Summary.** The purpose of this study is to present the theoretical concepts and developments of the “marketing communications complex”, to describe its essence, importance, types of tools and effectiveness. Successful marketing communication is based on a combination of tools called “advertising mix”. These tools include advertising, public relations, sales promotion, direct marketing, personal selling and are used to describe a set of tools that a business can use to effectively inform consumers about the benefits of a product or service.

**Keywords:** marketing communications, marketing communications complex, promotion, advertising complex, public relations, direct marketing.

В эпоху массовых коммуникаций и новых мобильных технологий предприятие должно создать адекватное сочетание маркетинговых коммуникаций, чтобы не утонуть в море информации. Это будет сделано во взаимодействии объектов и сил, влияющих на менеджмент за

пределами предприятия, и способностью маркетологов создавать и поддерживать успешные корпорации с целевыми потребителями. Маркетинговые коммуникации предприятия — это комплекс мер, приемов и методов, с помощью которых информация о товарах, услугах

или бренде предприятия достигает своих пользователей.

Филип Котлер и Кевин Лейн Келлер определяют маркетинговые коммуникации как «средства, с помощью которых фирмы пытаются прямо или косвенно информировать, убеждать и напоминать своим потребителям о продуктах и брендах, которые они продают» [1, с.22]. Маркетинг коммуникаций представляют собой голос предприятия и его брендов, они являются средством, с помощью которого предприятие может установить диалог и построить отношения с потребителем.

Термин «маркетинговый комплекс» был впервые введен в употребление Нилом Борденом, президентом Американской маркетинговой ассоциации в 1953 году. Он до сих пор используется для принятия важных решений, ведущих к выполнению маркетингового плана». Определим правильный комплекс маркетинга, т. е. четыре компонента маркетинга: продукт, цена, размещение и продвижение.

В области маркетинговых коммуникаций должны быть скоординированы усилия последнего «Р» маркетингового комплекса — продвижения, и должны быть разработаны сильные коммерческие и рекламные сообщения, которые позволяют быстро и эффективно взаимодействовать с потребителями, подчеркивая качество продукции и отличие бренда от других на рынке. «В 2012 году была предложена новая теория четырех «Р» с людьми, процессами, программами и производительностью. В сервисном маркетинге, однако, четыре «Р» расширены до семи «Р» [2, с. 123–124].

Каждая организация стимулирует потребительский спрос, создавая и поддерживая благоприятную картину предприятия и положительное отношение к его достижениям с помощью комплекса маркетинговых коммуникаций. Современные предприятия управляют сложной системой связи, в том числе и электронной. Более того, появление электронных средств массовой информации и технологий, с одной стороны, упрощает общение с потребителями, а с другой стороны, предъявляет новые требования к используемым инструментам.

Все коммуникационные действия должны быть хорошо подготовлены и проведены в надлежащем порядке с помощью комплексного управления.

Для того, чтобы осуществить процесс маркетинговых коммуникаций необходимо использовать самые разнообразные формы продвижения. «Процесс бизнес-коммуникации представляет собой интегрированную и сбалансированную комбинацию маркетинговых элементов, обеспечиваемую за счет реализации сложной маркетинговой тактики». Успешная маркетинговая коммуникация зависит от комбинации этих элементов, позволяя предприятиям эффективно общаться друг с другом [3, с.28].

Кроме того, есть средства массовой информации, в которых время и пространство можно купить или использовать для доставки информации к аудитории. Выбирая подходящее сочетание продвижения, маркетологи должны проанализировать преимущества и недостатки различных элементов, чтобы решить, какие из них использовать, как комбинировать и как распределить бюджет между ними. Согласно Младену Велеву, каждый из элементов комплекса маркетинговых коммуникаций может иметь определенные формы и играть разную роль в общей программе маркетингового стимулирования [3, с.30].

Разберем подробнее каждый элемент маркетинговых коммуникаций.

1. Реклама — это форма маркетинговой коммуникации, которая направлена на поощрение, убеждение или, в некоторых случаях, даже на манипулирование аудиторией, чтобы они приняли решение действовать. Филип Котлер и Кевин Лейн Келлер определили это как «любую платную форму неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от спонсора: наглядных в печатных средствах массовой информации (газеты и журналы), телекоммуникационных (радио и телевидение), сетевых (телефонные, кабельные, спутниковые, беспроводные), электронных носителях (аудиозаписи, видеозаписи, веб-страницы) и средствах отображения информации (рекламные щиты, вывески, плакаты)» [9, с. 45–47].

Реклама — это любая платная форма контролируемого воздействия, осуществляемая через средства массовой информации для представления товаров или услуг. Одна из классических теорий в рекламе, которую рассматривает Россер Ривз — «искусство для внедрения уникального торгового предложения в голову большинства людей при минимальных затратах» [4, с.89].

Реклама выполняет несколько функций, основные из которых: информировать, убеждать, напоминать, создавать дополнительную полезность, влияющую на восприятие людей. В результате рекламы определенные товары и бренды выглядят более престижно и стильно, чем у конкурентов. Реклама увеличивает стоимость покупки дорогих и рискованных товаров. Затраты на охват одного представителя целевой аудитории ниже по сравнению с личными продажами. Рекламодатели имеют ряд альтернативных средств рекламы и могут контролировать содержание рекламного сообщения, его дизайн, время и место трансляции. Реклама формирует определенную степень осведомленности и знаний о существовании продукта и бренда, что делает возможным применение современных форм продаж, таких как самообслуживание.

Успех рекламы во многом зависит от ее регулярного финансирования, поэтому составление рекламного бюджета является важным этапом планирования рекламы. Доля рекламного бюджета в общем бюджете зависит от роли рекламы в маркетинговых коммуникациях. Выбор подхода и соответствующего метода определения рекламного бюджета зависит от размера предприятия и его финансовых возможностей, маркетинговой стратегии, рыночной ситуации/объема/ доли рынка, конкуренции и его затрат на рекламную деятельность, специфики продукта, жизненного цикла, частоты коммуникативных эффектов и др.

2. Личные продажи выражаются в личной презентации идей и продуктов потребителю, в которой продавец убеждает покупателя и помогает ему принять решение о покупке. Персональные продажи представляют собой двустороннее общение между продавцом и покупателем с целью осуществления покупки путем установления долгосрочных отношений с розничными продавцами и потребителями. Персональные продажи редко используются в качестве единственного метода для продвижения товаров или услуг. Они поддерживают другие средства рекламного микса. Персональные продажи позволяют модифицировать сообщение в соответствии с потребностями потребителя, контролировать аудиторию и обеспечивать доставку информации о поведении потребителей и рыночных тенденциях. Личные продажи — это устная презентация товаров, услуг, идей в част-

ной беседе с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью побудить их к покупке и помочь им в выборе. Личный контакт может выражаться в создании заявки или творческих продажах / спросе потенциальных потребителей, необходимости создания продукта, производительности продукта и т. д. Персональные продажи — это коммерческие отделы предприятий, коммерческие работники в фирменных магазинах, а также различные презентации торговых представителей и контакты с фактическими или потенциальными пользователями. [5, с. 68–69; 6, с. 59–62].

3. Стимулирование сбыта — это комплекс мероприятий с разовым или краткосрочным направлением, направленных на поощрение потребителей и коммерческих фирм, путем предложения им дополнительных стимулов для увеличения продаж. Включает в себя мероприятия по продвижению продаж путем предоставления дополнительных стимулов для покупки — снижение цен, надбавки, образцы, купоны и многое другое. Эти стимулы являются дополнением, но не заменяют основные преимущества, которые покупатель получает при покупке продукта. Таким образом, хотя реклама дает повод для покупки товара, стимулирование продаж добавляет стимулы для этого, чтобы увеличивать и ускорять продажи, то есть действовать немедленно [6, с. 75].

Стимулирование продаж, ориентированное на потребителя, направлено на стимулирование потребителей к немедленной покупке. Средства стимулирования распределяются производителями. Это ценовые предложения, купоны, образцы, розыгрыши, конкурсы, скидки, премии, сувениры, программы лояльности, демонстрации и многое другое. Стимулирование продавцов, ориентированных на продажи, направлено на поощрение коммерческих посредников, то есть оптовиков, розничных продавцов, дистрибьюторов и их торгового персонала, чтобы они покупали больше для демонстрации и продажи продукции предприятия. Для этого используют плакаты, дисплеи, конкурсы, лотереи, торговые выставки, денежные бонусы и многое другое. Такой подход стимулирует: активное участие торговых представителей, обладает высокой степенью гибкости, вызывает интерес и помогает тестировать новые продукты, а также поддерживает постоянное воздействие рекламы. Это очень

эффективно в обеспечении изменения поведения потребителей в краткосрочной перспективе — дает быстрый эффект с точки зрения покупок и увеличения продаж [7, с. 138].

4. PR / Связи с общественностью — это интерактивная система, использующая одно или несколько коммуникационных устройств для заметного измеримого эффекта.

Есть много разных трактовок определения «связей с общественностью». Очень популярно определение, предложенное Фондом исследований и PR-образования, сформулированное после анализа огромного количества определений: «PR — это особая функция управления, которая помогает установить и поддерживать двухуровневую коммуникацию, понимание, принятие и сотрудничество между организацией и ее пользователями. Включает в себя управление проблемами и результатами; помогает руководству быть постоянно информированным и реагировать на общественное мнение; определяет и подчеркивает административную ответственность за служение общественным интересам; помогает руководству всегда быть в курсе ситуации и эффективно использовать изменения. Необходимо предвидеть тенденции, использовать исследования и методы этической коммуникации в качестве основных инструментов» [8, с. 165].

Современное значение связей с общественностью можно обобщить как набор мероприятий, которые включают в себя любые из следующих видов деятельности и аспектов, непосредственно связанных с маркетинговой функцией предприятия: специальные публикации, участие в общественных мероприятиях по сбору средств, спонсорство специальных мероприятий и другие общественные работы для улучшения имиджа организации. Связи с общественностью — это управленческая функция предприятия, которая способствует формированию благоприятных условий для общения, понимания, принятия и сотрудничества между организацией и ее аудиторией [8, с. 169; 9, с. 73].

5. Прямой маркетинг — один из наиболее быстрорастущих секторов мировой экономики, с его помощью организации напрямую общаются со своими целевыми потребителями, чтобы вызвать реакцию и / или транзакцию. «Традиционно прямой маркетинг не рассматривается как часть рекламного комплекса, но он стал неотъемлемой частью интегрированных маркетинговых коммуникаций многих организаций и часто включает отдельные цели,

бюджеты, стратегии. Это не просто прямая почтовая рассылка или электронный каталог».

Развитие технологий и использование Интернета позволяют применять новые и привлекательные формы прямого маркетинга, которые содержат потенциал для брендинга и увеличения продаж. Такими формами являются веб-маркетинг, электронный маркетинг; прямая почтовая рассылка, веб-семинары, рекламные акции телемаркетинга, каналы продаж, прямые продажи, рекламные листовки, каталоги и многое другое. Независимо от того, хотят ли организации привлечь новых посетителей на веб-сайт, увеличить онлайн-продажи, позвонить по телефону или убедить потребителей возвращаться еще, они будут использовать некоторые инструменты прямого маркетинга. Использование этого типа общения с аудиторией носит конкретный и личный характер, а главное — измеримый. Этот канал коммуникации подразумевает возможность точной сегментации целевой группы и атаки на каждый сегмент в нужное время в нужном месте с правильным сообщением [9, с. 75].

Интернет и мобильные технологии привели к быстрому увеличению силы предприятий предлагать свои продукты и устанавливать взаимоотношения с потребителями через социальные сети, веб-сайты, мобильные приложения, электронную коммерцию, онлайн-акции и т. д.

Таким образом, в статье были представлены основные инструменты для создания эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций. Выбор правильного сочетания элементов комплекса маркетинга не случаен. Маркетологи должны быть хорошо осведомлены о проблемах и возможностях, которые сопутствуют каждому элементу сочетания. Они также должны знать, как эти инструменты могут быть объединены для создания эффективной маркетинговой программы. Рынок может быть изучен путем изучения пользователей, и эта информация может быть использована для реализации комплексной маркетинговой стратегии и комплекса. Коммуникационная политика должна быть частью применяемой маркетинговой стратегии, скоординированной с другими маркетинговыми мероприятиями.

Многие предприятия также осознают необходимость интеграции различных усилий, связанных с комплексом маркетинговых коммуникаций, таких как медийная реклама, прямой маркетинг, стимулирование продаж и связи с общественностью, для достижения более эффективных маркетинговых коммуникаций.



### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: [учебник] / Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.; под ред. Л. Багиева. — М.: Экономика, 1999. — 703 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: [учебник] / Балабанова Л.В. — второе изд., Перераб. и доп. — М.: Знание-Пресс, 2004. — 645 с.
3. Войнаренко С.М. Ключевые факторы успеха в коммуникационной политике компаний / С.Н. Войнаренко // 2007. — № 6, Т. 1. — С. 231–233.
4. Герасимчук С.С. Маркетинг: [учебник] / Герасимчук С.С. — М.: Либра, 2004. — 712 с.
5. Говард Д. Теория поведения покупателя / Д. Говард, Д. Шет // Классика маркетинга. Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2001. — С. 175–198.
6. Евдокимов Ф.И. Азбука маркетинга: [учебное пособие] / Ф.И. Евдокимов, В. М. Гавва. — трет. изд. перераб. и доп. — Д.: Сталкер, 1998. — 432 с.
7. Крылов И.В. Маркетинг. Социология маркетинговых коммуникаций: учеб. пособ. — М.: Центр, 1998. — 192 с.
8. Парамонова Т. Составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций / Парамонова, В. Бикулов // Маркетинг. — М., 2005. — № 2. — С. 67–73.
9. Бумс, Бернард Х., Битнер, Мэри Д. Маркетинговые стратегии и организационные структуры для сервисных фирм. // Маркетинг услуг. Американская маркетинговая ассоциация. — 1981. — С. 47–71.

*Галанин Сергей Федорович*

к.и.н., доцент  
кафедра Всемирного культурного наследия  
Институт международных отношений  
Казанский Федеральный университет  
коммерческий директор  
маркетинговое агентство ООО «АМК Статус»  
sg@riastatus.ru

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В Г. КАЗАНИ

**Аннотация.** Статья посвящена актуальным проблемам подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства в России. Изложены и проанализированы истоки наиболее значимых проблем, имеющих общий характер. Автором продемонстрированы аргументы «за» и «против», раскрыта сущность разных подходов к совершенствованию подготовки кадров для отраслей туризма и гостеприимства. Приводятся примеры работы, ведущейся в данном направлении в Казани как одном из важнейших туристических центров России. Отмечается, что значительная роль может принадлежать государственным органам, организациям сферы туризма и гостеприимства, работающим во взаимодействии с учебными заведениями. При написании статьи использовались материалы исследований, проведённых автором осенью 2021 года.

**Ключевые слова:** туризм, туризм в России, отрасль гостеприимства, подготовка специалистов в сфере туризма и гостеприимства, Казанский федеральный университет.

*Galanin Sergey F.*

Assistant Prof., PhD  
Department of World Cultural Heritage  
Institute of International Affairs  
Kazan Federal University  
Commercial Director  
Marketing agency «AMK Status» LLC

## CURRENT PROBLEMS AND DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT TRAINING OF SPECIALISTS IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY IN KAZAN

**Summary.** The article is devoted to topical problems of training specialists in the field of tourism and hospitality in Russia. The sources of the most significant problems of a general nature are stated and analyzed. The author demonstrates the arguments “for” and “against”, reveals the essence of different approaches to improving the training of personnel for the tourism and hospitality industries. Examples of work carried out in this direction in Kazan as one of the most important tourist centers in Russia are given. A significant role can be played by government agencies, tourism and hospitality organizations working in cooperation with educational institutions. When writing the article, materials of research conducted by the author in the fall of 2021 were used.

**Keywords:** tourism; tourism in Russia, hospitality industry, training of specialists in the field of tourism and hospitality, Kazan Federal University.

В сентябре 2019 года глава Федерального агентства по туризму (Ростуризма) З. Догузова, выступая на министерских дебатах в рамках 23-й сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристической организации (UNWTO) в Санкт-Петербурге, определила главные проблемы в туристической отрасли таким образом:

1) Низкий престиж профессии. «Базовой проблемой, с которой мы сталкиваемся, остаётся низкий престиж профессий в туризме. С ней такая страна как Испания вряд ли сталкивается, но есть ряд стран, где такая проблема есть. В России она точно есть. В туризме все хотят быть сразу управленцами, а среднее и начальное звено

у нас не пользуются спросом, даже если этот этап нужно обязательно пройти для дальнейшего роста. Это неправильно, и нужно менять такое отношение».

2) Многочисленные проблемы с подготовкой кадров. Причины проблем подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства, по мнению З. Догузовой:

а) Старые образовательные программы. «Мы продолжаем учить молодежь по тем программам, которые в современном мире уже совершенно неактуальны».

б) Преподавательский состав в туризме во многом требует переобучения и повышения квалификации. Основная часть преподавателей не имеет базового образования в сфере туризма, курсы переподготовки и повышения квалификации часто лишь формально и поверхностно решают данную проблему.

в) В процессе обучения пока превалирует теория над практикой, нужно вводить баланс между практическим опытом и теоретическими знаниями [1].

Согласно мнению Ю.П. Мухамадиевой, высказанному ещё в 2017 г., но не потерявшему актуальность и сегодня, «существуют три причины, влияющие на недостаточную квалификацию персонала организаций туризма и сервиса. Первая причина — несоответствие профиля образования и профиля деятельности. Вторая причина — отсутствие программ повышения квалификации сотрудников предприятий сферы туризма. Третьей причиной, воздействующей на качество услуг данной сферы, является малое количество времени, выделяемого в учебных планах специальности на практические занятия и производственную практику» [2].

В сентябре 2021 г. автором был проведен опрос представителей туристического бизнеса г. Казани. Среди вопросов присутствовал следующий: «Каких знаний не хватает выпускникам, поступающим на предприятия сферы туризма?». Среди ответов наиболее значимые пробелы в знаниях и умениях отмечались в следующих областях:

- 1) законодательство в сфере туризма;
- 2) документооборот предприятий туризма;
- 3) навыки работы в системах бронирования и резервирования (GDS);
- 4) программное обеспечение работы отеля, ресторана, турагентства.

Ещё один опрос был проведен в сентябре 2021 года уже среди самих студентов, обучающихся

по направлению «Туризм», профиль «Международный туризм» в Казанском федеральном университете. Была дана попытка выяснить представления самих студентов о том, что является наиболее важным в отрасли туризма и гостеприимства, и чем хотят и планируют заниматься сами студенты (результаты опроса 36 участников). Ответы на вопрос: «Если бы Вам предложили участвовать в проектах, то какую направленность Вы бы выбрали?», распределились следующим образом (в ответе был возможен выбор нескольких вариантов):

- 58% — активный/приключенческий туризм (спорт, дайвинг и т. п.);
- 41% — культурно-познавательный туризм;
- 38% — событийный туризм;
- 33% — туристское волонтерство;
- 19% — разработка и проведение экскурсий;
- 16% — религиозный/паломнический туризм;
- 16% — сельский/аграрный туризм;
- 11% — туристское образование;
- 8% — государственное регулирование (участие в разработке законопроектов);
- 8% — разработка мастер-планов территорий.

Уже из этих результатов видно, что сами студенты не всегда четко представляют даже содержание основных видов деятельности. Например, 41% опрошенных готовы работать в сфере культурно-познавательного туризма, но при этом только 19% планируют разработку и проведение экскурсий. Хотя без экскурсионной деятельности культурно-познавательный туризм практически невозможен.

Учебные планы и программы меняются ежегодно, но эти изменения не касаются существа преподаваемых дисциплин, превращаясь в огромную бюрократическую работу. Молодежь не охотно идет работать в вуз, главные причины — формализованность, бюрократия, низкие зарплаты. По этой же причине трудно задействовать на постоянной основе практиков, в обязательном порядке привлекаемых к процессу преподавания.

На практические занятия и практики в последнее время стало уделяться заметно больше времени в учебных планах, но в ряде случаев далеко не всегда получается привлечь качественные базы практики. Один из моментов — запрет использовать как базы практики индивидуальных предпринимателей, а в сфере туризма таких предприятий много.

Также студенты далеко не всегда получают оплату, а ещё реже достойную оплату, на предприятиях, куда они отправляются для прохождения

практики. Поэтому они сами предпочитают найти место практики, где можно формально получить оценку, находят на период практики место работы с более высокой оплатой. Хорошо, если это место связано с профессиональной подготовкой, но так бывает не всегда.

Есть проблема стереотипного отношения для многих предприятий: брать человека без опыта (студента) на короткий период (обычно не более месяца, а чаще всего только 2 недели). Такой подход порождает для предприятия больше проблем, чем выгод. Среди них: необходимость предоставления рабочего места, наставника, исправление ошибок, допущенных практикантом. Поэтому сегодня часто не работодатель идет в вуз с заказом на конкретного специалиста и ведёт его, а вуз вынужден искать места практики и возможного трудоустройства. Во многих случаях при распределении на практику сложно учесть пожелания самого студента по направлению его на практику на конкретное предприятие определённой сферы деятельности.

Проведение мастер-классов от ведущих практиков — более реальный и осуществимый способ привлечения не просто работодателей, а лучших практиков в процесс подготовки специалистов. Мастер-классы дают студентам не только возможность общения с ведущими специалистами-практиками, но и в целом, благодаря живому личному контакту, создают дополнительную мотивацию в профессии, в том числе повышая её престиж.

Эффективным инструментом формирования профессиональных компетенций будущих специалистов сферы туризма и гостеприимства является их работа в волонтерских туристских организациях. Часть студентов Казанского федерального университета направления подготовки «Туризм», в том числе в рамках программ производственных практик, задействована в работе организаций туристских волонтеров. Ведущей подобной организацией в Республике Татарстан является Автономная некоммерческая организация «Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан» [3].

Туристские волонтеры работают в Туристско-информационных центрах, на мероприятиях самого разного уровня. Важно получение навыков работы в команде, культуры общения (soft skills). Участие волонтеров в международных мероприятиях дает также и весьма важную для специалиста в сфере международного туризма языковую практику.

«Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан» выступает соорганизатором проведения Республиканского Конкурса «Лидер туризма» по номинации «Лучший туристский волонтер 2021 года». Один из главных профессиональных конкурсов в сфере туризма и гостеприимства — республиканский конкурс «Лидер туризма». Участие студентов в этом и других подобных конкурсах формирует навыки проектной деятельности, умение работать в команде. В жюри конкурса профессионалы отрасли, представители государственных органов, ответственных за развитие туризма.

Безусловно, важнейшим инструментом соединения обучения и практики становятся такие мероприятия как Всероссийский молодежный туристический форум. Очередной форум прошёл в г. Казани 26–29 октября 2021 г. в Поволжском университете физической культуры, спорта и туризма. В нем приняли участие 22 субъекта РФ, а также большая часть районов Татарстана. «Форум пройдет в синтезе форматов: прикладная работа будет тесно переплетаться с мастер-классами и лекциями» — заявила Генеральный директор Центра развития туризма Республики Татарстан Д. Садыкова.

Участников разделили на четыре направления, каждое из которых решало определённые тематические кейсы. Так, участники направления «Тревел-блогинг» совершили поездки в Мамадыш и Богатые Сабы. Участники, изучив особенности туристско-рекреационного потенциала территории, предложили проект продвижения с помощью создания контента. Для разработки событийных и иммерсионных форматов участники побывали в Рыбно-Слободском и Спасском районах. Ещё одним направлением стала работа над туристическими инициативами: на форуме представлены варианты продвижения проекта в сфере туризма, создания его презентации. Четвёртое направление реализовывалось совместно с «Ак Барс банк». В рамках форума прошёл хакатон маркетинговых решений для мобильных приложений. Работа шла на базе существующих приложений Tatarstan Tourist Pass и OneTwoTrip. Задача участников — представить маркетинговые решения по совершенствованию приложений.

Спикерами туристического форума выступили российские и иностранные эксперты из разных сфер, среди них: туроператоры, медиа и тревел-блогеры, инвесторы и ИТ-компании,

представители HORECA, профессиональные путешественники и представители органов власти, ответственные за развитие туризма. Так, о запуске татарского фастфуда рассказал основатель сети быстрого обслуживания «Кыстыбый» Азат Назмутдинов, о запуске глэмпинга URMAN CAMP путешественник, основатель URMAN CAMP и OneDollarTrips Ильнар Хамидуллин. Надо отметить, что последний проект был реализован после первого молодежного туристического форума. Секретами идеальной бизнес-модели и топ-5 подводных камней любого стартапа в сфере туризма поделились основатели хостела Sleep Space Лейсан и Анвар Тутаевы [4].

Для повышения престижа профессии важно вести планомерную профориентационную работу со школьниками и учащимися средних специальных учебных заведений. Качество выпускаемых специалистов зависит, на наш взгляд, во многом и от того, насколько осознан был выбор абитуриента при поступлении на специальности, связанные с туризмом и гостеприимством. Эту работу должны вести не только вузы, но и в тесном сотрудничестве с ними заинтересованные в специалистах предприятия отрасли.

В Казани с 3 по 9 декабря 2020 г. прошло образовательное онлайн мероприятие в формате Zoom-конференций под названием «Уроки го-

степриимства». Для учеников старших классов было проведено пять лекций, на которых они познакомились с гостиничным и ресторанным делом, узнали особенности работы в туроператорской и турагентской компаниях, заглянули в сувенирные лавки и познакомились с музейной и экскурсоводческой деятельностью.

После каждой онлайн лекции к занятиям подключались представители ведущих вузов города. Они рассказывали об условиях поступления и учебных программах в сфере гостеприимства и туризма. Онлайн занятия были организованы Комитетом по развитию туризма в целях популяризации профессий в сфере туризма среди школьников, а также повышения качества предоставляемых услуг в сфере гостеприимства, совместно с представителями туристического бизнеса города, высшими учебными заведениями, при поддержке Управления образования г. Казани [5, 6].

Таким образом, несмотря на наличие серьезных проблем в подготовке специалистов в сфере туризма и гостеприимства, часть из которых обозначена в данной работе, существуют инструменты их смягчения. Главные направления приближения подготовки к будущей практической деятельности — сотрудничество представителей бизнеса с учебными заведениями.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. В Ростуризме назвали основные кадровые проблемы в туристической отрасли // URL: <https://ria.ru/20190912/1558615680.html> (дата обращения: 27.10.2021).

2. Мухамадиева, Ю. П. Актуальные проблемы кадрового обеспечения в сфере туризма / Ю.П. Мухамадиева, И. И. Полупанов. // Молодой ученый. 2017. № 13.2 (147.2). — С. 15–17. URL: <https://moluch.ru/archive/147/42016/> (дата обращения: 20.10.2021).

3. Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан // URL: <https://vk.com/atv2009>, @atv\_volunteers (дата обращения: 20.09.2021).

4. Всероссийский молодежный туристский форум 26–29 октября 2021 г. в г. Казани] // URL: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2024659.htm> (дата обращения: 27.10.2021).

5. Об итогах развития туризма в Казани за 2020 год и о планах на 2021 года//Доклад директора Комитета

по развитию туризма Казани Д.А. Санниковой на аппаратном совещании 25 января 2021 года // URL: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/doklady-s-dp/ob-itogakh-razvitiya-turizma-v-kazani-za-2020-god-i-o-planakh-na-2021-god/> (дата обращения: 27.10.2021).

6. Уроки гостеприимства// URL: <https://kzn.ru/prinyat-uchastie/proekty/otbor-na-dolzhnost-predsedatelya-komiteta-po-delam-detey-i-molodezhi/novosti/v-kazani-proveli-uroki-gostepriimstva/> (дата обращения: 20.10.2021).

7. Спатарь-Козаченко Т.И., Морозан О.В., Петриенко Н.С. Актуальные проблемы профессиональной подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства в России и за рубежом / Т.И. Спатарь-Козаченко, О.В. Морозан, Н.С. Петриенко // Сервис Plus. 2018. — №3 (12). С. 44–51.

*Гениевская Юлия Сергеевна*

магистрант

направление подготовки Гостиничное дело

Институт экономики, управления и туризма

Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград

jgeni2018@gmail.com

## КЛАСТЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОСЕЛКЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация.** Поселок Железнодорожный — новая туристская дестинация на юге Калининградской области. Данный населенный пункт обладает большим туристским потенциалом, который необходимо развивать и создавать новое туристское направление на территории области. Для развития туризма на данной территории необходимо проводить комплексные меры, с использованием кластерного подхода, это позволит значительно повысить социально-экономическую эффективность туристской деятельности.

**Ключевые слова:** кластер, туризм, поселок Железнодорожный, комплексное развитие территории.

*Genievskaia Julia S.*

Master student

Program Hotel business

Institute of Economics, Management and Tourism

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad

## CLUSTER CONCEPT OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE VILLAGE OF ZHELEZNODOROZHNY, KALININGRAD REGION

**Summary.** The village of Zheleznodorozhny is a new tourist destination in the south of the Kaliningrad region. This locality has a great tourist potential, which needs to be developed and create a new tourist destination on the territory of the region. For the development of tourism in this territory, it is necessary to carry out comprehensive measures using a cluster approach, this will significantly increase the socio-economic efficiency of tourism activities.

**Keywords:** cluster, tourism, Zheleznodorozhny, integrated development of the territory.

Туристический поток Калининградской области ежегодно растет на 7–20% в год [4]. В настоящий момент основные туристические центры области уже перенасыщены. За последние несколько лет активного развития туризма в области появилась необходимость создавать новые туристические продукты, которые будут диверсифицировать существующий региональный туристический продукт.

Необходимо создавать такие туристические продукты, которые будут предлагать что-то новое, а также дополнять уже существующие предложения на рынке. Создание новых туристических продуктов будет способствовать разгрузке побережья и курортных городов области, которые уже не справляются с туристическим потоком. Для создания качественных туристических продуктов можно воспользоваться кластерными

концепциями и развивать туризм на определенных территориях комплексно.

Для того чтобы создать туристический кластер необходимо наличие небольшой территории, которая будет обладать либо каким-то якорным туристическим объектом, либо туристическим потенциалом, который будет привлекать к себе туристов. Но одного якорного объекта или туристического потенциала недостаточно, помимо этого необходимо комплексно развивать туристическую инфраструктуру.

Для создания туристического кластера необходимо сосредоточить на определенной территории различные туристические предприятия: средства размещения, предприятия питания, сувенирные предприятия и т. д. Необходимо, чтобы они концентрировались вокруг территории с туристским потенциалом, либо якорным объектом. Чем боль-

шим будет количество таких предприятий, тем лучше. Необходимо, чтобы они занимались деятельностью в родственных сферах, а также одновременно конкурировали друг с другом.

Поселок Железнодорожный обладает огромным туристическим потенциалом. Так как туризм в данном населенном пункте находится только на стадии становления, можно начать внедрять элементы кластерного подхода уже на начальных этапах.

Для развития туризма на территории поселка Железнодорожного были приняты меры по благоустройству 33 домов в историческом центре поселка. Но для создания туристического кластера недостаточно того, что государство выделило средства только на благоустройство территории. Государство создает условия для развития туризма на данной территории, но не создает условия для формирования кластера. Да, благоустройство территории повышает туристический потенциал, но этого недостаточно, для туристов необходима развитая туристская инфраструктура.

Полагаем, что туристскую инфраструктуру можно создать с помощью кластерного подхода к развитию данной территории. Для кластера «Поселок Железнодорожный» необходимо выделить группу ключевых достопримечательностей:

- Крайсхаус;
- Кирха Гердауэна;
- Замок Гердауэна;
- Замоквая мельница.

Первоочередная задача — отреставрировать и восстановить ключевые достопримечательности, а также напрямую задействовать их в туристической деятельности.

*Крайсхаус.* Для данного объекта есть несколько вариантов его использования. Первая из идей — использовать его под проект загородного элитного отеля представительского класса, категории 3–4–5\* (подобные отели в области — Парк Отель Филипп [2], Фишдорф [3] и т. д.). Для данного проекта необходимо найти крупных инвесторов, которые будут готовы либо выкупить здание, либо взять его в аренду. В 2019 году в пос. Железнодорожном открылся «Калининградский турбо-механический завод», крупное предприятие, которое изъявило желание заниматься масштабными и длительными проектами по развитию туризма на территории поселка. Если этот или какой-либо иной инвестор берется за осуществление данного проекта, его необходимо внести в инвестиционный портфель проектов

Калининградской области, а также воспользоваться программой Государственного частного партнерства для получения налоговых льгот (например, освобождение от налога на прибыль, от земельного налога). Государственно-частное партнерство (ГЧП) — один из способов развития общественной инфраструктуры, основанный на долгосрочном взаимодействии государства и бизнеса, при котором частная сторона участвует не только в проектировании, финансировании, строительстве или реконструкции объекта инфраструктуры, но и в его последующей эксплуатации (предоставление услуг на созданном объекте) и (или) техническом обслуживании [1].

Работа с этим объектом будет производиться в несколько этапов. Для начала нужно заняться арендой земельного участка, на котором находится здание. Далее необходимо определиться с форматом владения данным зданием. Есть два варианта — взять в аренду по наименьшей ставке на 49 лет или же заключать опционный договор, при котором у инвестора появится возможность выкупить здание по минимальной цене при условии восстановления памятника, также новому собственнику представится возможность получить льготный кредит по региональной программе льготного кредитования для малого и среднего бизнеса.

На подготовительном этапе будут проводиться работы по созданию проектной документации, прохождение историко-культурной экспертизы данной проектной документации. Далее следует этап производственных работ, именно на этой стадии начинаются работы по реставрации, восстановлению основного здания, а также потенциальной постройке новых зданий, которые будут входить в данный отельный комплекс.

Помимо самого здания, вокруг есть огромная прилегающая территория (33,5 тысячи кв м), которая тоже подлежит благоустройству. Это можно сделать в рамках создания данного отеля, либо в рамках облагораживания парковых зон поселка. Необходимо сохранить и содержать в порядке парковые аллеи, провести очистительные работы лесного массива, очистительные работы русла реки Железнодорожной. Можно воспользоваться ресурсами данной парковой зоны (она прилегает к реке) и обустроить небольшой причал или лодочную станцию. В дальнейшем этот объект можно будет использовать как точку отправления различных водных маршрутов (байдарок, sup-досок, лодок и т. д.).

Вторая из идей — открыть в здании Крайсхауса современный медицинский лечебно-оздоровительный центр, санаторий. Крайсхаус — тихое место в глубине поселка, идеально подходит для санатория. Можно специализироваться на аэротерапии, терренкуре и т. д., то есть открывать санаторий для людей, которым нужна профилактика здоровья. Для данного проекта также нужен крупный инвестор, который будет готов вложить финансовые средства на реставрацию объекта и введения его в экономический оборот посредством открытия санатория. Землю под зданием необходимо будет перевести в зону объектов здравоохранения.

*Кирха Гердауэна.* Данный объект находится в собственности у Русской православной церкви, поэтому все взаимодействия необходимо согласовывать напрямую с РПЦ. В первую очередь необходимо найти средства на проект, связанный с данной постройкой. В октябре 2020 года благотворительный Фонд «Благоустройство и помощь» заявил о старте сбора средств на восстановление нескольких объектов истории и культуры на территории Калининградской области. В данный список вошло два объекта, которые находятся в поселке Железнодорожном — кирха и замок. Данный фонд будет помогать с финансированием различных проектов, связанных с восстановлением кирхи и замка.

Необходимо перенимать опыт восстановления других замков и кирх на территории региона — инициативные граждане могут создать АНО (Автономная некоммерческая организация) или НКО (Некоммерческая организация) для проведения легальной туристической деятельности на территории кирхи. Данная организация может заключить договор аренды с РПЦ, и использовать кирху в своих нуждах.

Для того чтобы организовать работу с туристскими потоками в здании кирхи необходимо удостовериться в безопасности данного сооружения. Для этого в кирхе необходимо провести экспертизу технического состояния сооружения, выявить нарушения и исправить их. Далее есть несколько вариантов развития событий (зависит от количества средств, которые будут собраны фондом и частными лицами). Первый — полное восстановление здания, наполнение его различными аттракциями и развлечениями (например, открытие художественной мастерской или арт-галереи). Второй вариант — консервация здания, полное восстановление смотровой площадки,

а затем — проведение экскурсий по территории кирхи, платный проход на смотровую площадку. Можно перенять опыт кирхи в п. Знаменске. В данном населенном пункте ключами от кирхи обладает местный предприниматель с фермы Тюниных. Здесь кирху используют для проведения небольших экскурсий для организованных групп туристов, проводят платные фотосессии, организуют свадебные церемонии в аутентичных стенах старинной немецкой постройки.

Что касается использования других инструментов, полагаем, что будет необходимо подать заявку на включение кирхи в будущую Федеральную Целевую программу (ФЦП) «Культура России» для финансирования ее восстановления.

*Замок Гердауэна.* Данный объект находится в собственности у Русской православной церкви, поэтому все взаимодействия с данным объектом необходимо согласовывать напрямую с РПЦ. По данному объекту уже найден инвестор, который будет заниматься восстановлением имения на территории замка. На данный момент решаются земельные вопросы, землю под замком либо выкупят, либо возьмут в аренду на 49 лет. Здесь планируется создать гостинично-развлекательный комплекс, отреставрировать здание имения, конюшен, замковую стену. В арках замковой стены планируется открыть сувенирные лавки, на замковую стену установить специализированное освещение, также планируется целостное облагораживание территории.

*Замковая мельница.* Данный объект принадлежит индивидуальному предпринимателю В.М. Колесникову, который уже сейчас занимается его восстановлением. Здание и территорию вокруг мельницы он выкупил в конце 1990-х годов, в данный момент там открыто небольшое кафе, банный комплекс, восстановлены немецкие постройки позади мельницы. В 2021 году Владимир Марьянович получил разрешение на получение льготного кредита по региональной программе льготного кредитования для малого и среднего бизнеса. Данные финансы он планирует потратить на создание гостинично-ресторанного комплекса на территории Замковой мельницы.

Помимо работ с основными достопримечательностями необходимо продолжать деятельность на муниципальном уровне. Муниципалитет может подать заявку в Министерство по культуре и туризму Калининградской области на благоустройство территории с целью повышения туристической привлекательности. Необходимо



продолжать работы по благоустройству территории поселка — продолжать восстановление второй очереди исторических домов, подавать заявки на восстановление остальных сооружений, начать работы по созданию набережной, пляжа. Продолжать работать с программой «Конкретных дел» (именно благодаря данной программе в поселке появилась газификация, и была благоустроена первая очередь исторических домов), с программой «Чистое небо» (данная программа нацелена на то, чтобы убрать все провода и столбы, которые портят вид исторических кварталов).

Также необходимо взаимодействовать с индивидуальными предпринимателями, которых заинтересовало создание бизнеса на данной территории. Осведомлять их о возможности подать заявки в ФЦП, и получить гранты на создание своего бизнеса в сфере туризма. С точки зрения муниципалитета необходимо помогать предпринимателям в составлении заявок для включения в Федеральную целевую программу.

Рассмотрим кластер «Поселок Железнодорожный» с точки зрения компонентной структуры, конкретно раздел хозяйствующих субъектов:

А. Посредники: турагенты и туроператоры. Большинство крупных туристических фирм Калининграда с лета 2020 года уже возят в пос. Железнодорожный свои туристические группы (средняя цена экскурсии без питания — 1500 руб.-лей).

Б. Средства размещения: гостиницы, гостевые дома и др. Планируется открыть гостиничный комплекс в замке Гердауэн, в Замковой мельнице, также планируется открытие глэмпинга. Создание средств размещения необходимо для того, чтобы продлить и разнообразить туристский продукт данного кластера.

В. Предприятия питания: кафе, рестораны и др. Планируется открыть кафе «У Герды» в центре поселка, уже открылось кафе «Патефон», развивается и улучшается кафе в Замковой мель-

нице, местный малый бизнес открывает несколько точек общественного уличного питания.

Г. Индустрия развлечений: кинотеатры, концертные залы, памятники архитектуры и др. На 2022 год запланировано полное восстановление местного Дома культуры, планируется оборудовать в нем кинотеатр, новую концертную площадку со всем нужным оборудованием. В дальнейшем продолжится восстановление исторических построек в поселке, план минимум — все постройки до Дома Культуры, план максимум — все исторические дома поселка.

Д. Транспорт: инфраструктура, прокаты и др. В 2022 году планируется улучшение качества общественного транспорта, который ездит по маршрутам до пос. Железнодорожного.

Е. Инфраструктура специфических видов туризма: планируется открытие лодочной станции — причала, где можно будет начинать водные маршруты.

Ж. Информационные туристские центры: всю необходимую информации туристы смогут получить из новых информационных стендов, установленных в 2020 году, а также в кафе «У Герды», где будет оборудована небольшая справочная.

З. Природные объекты: парковые зоны, пляжи: В 2021 году была обустроена парковая и пляжная зоны у озера, также планируется создание набережной-променада. В сентябре 2021 года были проведены массовые субботники по очищению парковых зон поселка.

Помимо развития старых и создания новых хозяйствующих субъектов в поселке также продолжится комплексное благоустройство территории. Туристский кластер «Поселок Железнодорожный» в будущем — это группа географически соседствующих и взаимодействующих на принципах государственного частного партнерства компаний, занимающихся туристской деятельностью для получения экономической выгоды.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Государственно-частное партнерство // Министерство экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области. URL: [https://minprom.gov39.ru /deyatelnost/investitsii-innovatsii-gchp/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo/](https://minprom.gov39.ru/deyatelnost/investitsii-innovatsii-gchp/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo/) (дата обращения: 17.01.2021).

2. Категории номеров // Парк-Отель «Филипп»: официальный сайт. URL: <https://parkhotel-philipp.ru/room> (дата обращения: 15.09.2021).

3. О гостиничном комплексе // Гостиничный комплекс «Фишдорф»: официальный сайт. URL: <https://fishdorf.com/> (дата обращения: 15.09.2021).

4. Статистика // Министерство по культуре и туризму Калининградской области: официальный сайт. URL: <https://culture-tourism.gov39.ru/activities/pokazateli.php> (дата обращения: 10.09.2021).

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИДЖИТАЛ КОМПЕТЕНЦИЙ КАДРОВ В EVENT-ИНДУСТРИИ

**Аннотация.** В статье показано, как Covid-19 влияет на статистику и характер занятости в отрасли туризма. В условиях циклично наступающего периода, именуемого «пост-Covid» (между волнами), когда рабочие места неуклонно восстанавливаются, а цифровая связь населения значительно возрастает ввиду новых ограничений по деятельности, потребность в цифровых навыках специалистов по туризму становится все более важной.

**Ключевые слова:** развитие цифровых компетенций, цифровые навыки сотрудников, пробелы в цифровых навыках, кадровая политика, туризм и гостеприимство, виртуальные мероприятия, стратегия кадрового развития, образование в сфере туризма и гостеприимства.

Gordienko Yana A.

Postgraduate student

Department of Service and Congress and Exhibition activities  
Saint-Petersburg State University of Economics

## DEVELOPMENT PROSPECTS OF DIGITAL COMPETENCES IN THE EVENT INDUSTRY

**Summary.** The article shows how Covid-19 affects employment statistics in the tourism industry. In the conditions of the cyclically advancing period, called “post-Covid” (between waves), when jobs are steadily recovering, and the digital communication of the population is significantly increasing due to new restrictions on activities, the need for digital skills of tourism specialists is becoming increasingly important.

**Keywords:** digital competence development, digital skills, digital skills gaps, human resources policy, tourism and hospitality, virtual events, human resources development strategy, tourism and hospitality education.

Растущая роль сетей и платформ для проведения мероприятий как вспомогательных и формирующих механизмов приводит к тому, что все больше городов и регионов осознают и начинают использовать свой диджитал-потенциал для стимулирования экономического роста и инноваций, обеспечивая устойчивость и цифровизацию.

Исследование «Global virtual event trends series Report One — Anatomy of Virtual Events and Financial Outcomes» подтвердило, что COVID-19 вынудил организаторов событийной сферы выйти в виртуальное пространство [4]. Также было выявлено, что многие организаторы уже думали о запуске такого формата мероприятий. Получается, индустрия B2B выставок переживает сейчас то, что многие другие отрасли уже испытали, а именно — ускорение внедрения инноваций. Общие валовые доходы остаются низкими, однако возможность извлечения прибыли из таких мероприятий позволяет предположить, что виртуальные события могут стать устойчивым

вспомогательным потоком доходов. Виртуальные события с большей вероятностью пополнят возможности организаторов, а не поглотят и не заменят очные мероприятия.

Сегодня мы живем во времена омниканального маркетинга. Виртуальные события являются не заменой традиционному формату, а своего рода дополнением. Так как и потребители, и предприятия используют цифровые и традиционные СМИ для своих деловых и личных информационных и торговых потребностей, виртуальная среда неизбежно найдет свое место в сфере B2B событий. Результаты исследований показывают, что посещаемость мероприятий в большей степени зависит от образовательного контента и соответствия трендам индустрии, а не от нетворкинга и возможности совершения покупок. В свете того факта, что COVID-19 является основным триггером для создания виртуальных событий, большая часть событий (75%) связана с офлайн мероприятиями [4].

Согласно данному исследованию, посещение виртуального события имеет второстепенное значение для потребителя с точки зрения знакомства с новыми технологиями, новыми продуктами. Это предполагает ключевое различие в том, что движет посетителем виртуального события по сравнению с личным физическим событием. Аналитики подтверждают, что основной мотивацией для посещения физической выставки В2В является знакомство с новыми технологиями и продуктами. Одним из преимуществ виртуальных мероприятий является доступ к поведенческим данным: возможность точно знать, что сделали участники, что вызвало большее вовлечение, а что не удалось. Метрики имеют решающее значение для оценки результатов события.

С исчезновением географического признака как препятствия для присутствия, предполагалось, что посещаемость виртуальных мероприятий будет выше по сравнению с реальными событиями. Статистика показывает обратное. Согласно данным, посещаемость виртуальных событий меньше, чем посещение F2F ивентов, между которыми есть связь. Также показатели явки виртуальных ивентов немного ниже по сравнению с реальными мероприятиями. Однако один из наиболее интересных результатов исследования показывает, что многие организаторы виртуальных мероприятий, независимо от диапазона валового дохода, преуспели в получении чистой прибыли (маржа чистой прибыли составляет 78%) [4]. Это дает организаторам виртуальных мероприятий возможность двигаться вперед, управлять затратами и доходами, которые дает событие таким образом, чтобы оно приносило организации чистую прибыль. На сегодняшний день результаты свидетельствуют о том, что виртуальные мероприятия предлагают организаторам В2В-выставок дополнительный источник дохода, возможность диверсифицировать свой портфель предложений для обслуживания более широкой аудитории. Исходя из этого, можно сделать вывод о необходимости совершенствования цифровых компетенций у сотрудников сферы событийного туризма для развития цифровых продуктов.

Цифровизация туристических и событийных услуг трансформирует структуру отрасли, изменяя барьеры для входа, облегчая сравнение цен, революционизируя каналы распространения через Интернет, оптимизируя затраты и по-

вышая эффективность производства. Индустрия туризма стала крупнейшей категорией продуктов и услуг, продаваемых через Интернет — в среднем по миру более 52% в 2020 году. Поскольку за последние пять лет международный туризм растет более быстрыми темпами, чем мировая торговля товарами, по данным ЮНВТО, цифровые туристические услуги остаются одними из основных секторов онлайн-коммерциализации [2].

Моделирование виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR) приобретает все большее значение. Просмотры с эффектом присутствия или «предварительные» впечатления дают клиентам возможность увидеть в виртуальной реальности отели, направления и даже сам отпуск, а предприятия размещения и другие элементы инфраструктуры могут оценить, проанализировать и усовершенствовать свои услуги за счет данных технологий искусственного интеллекта и больших данных. VR также предоставляет альтернативы для туристического опыта в районах, где окружающая среда слишком уязвима или культурно чувствительна, чтобы принимать реальных посетителей, или, например, для Арктического региона России, где туристы хотят побывать, не желая присутствовать лично из-за особенностей климата. Цифровые инструменты требуют способности использовать их и управлять ими внутри организации, а также стратегического понимания использования потенциала высшим руководством, чтобы обеспечить трансформацию бизнеса и избежать дорогостоящего риска потерь актуальности и конкурентоспособности в цифровой среде, что меняет методы работы туристических и гостиничных компаний и повышают требования к конкретным навыкам для сотрудников.

Таким образом, важно выявить пробелы в цифровых навыках сотрудников сферы туризма и гостеприимства в соответствии с их ролью в компании и определить те цифровые навыки, в которые туристическим и гостиничным компаниям необходимо будет инвестировать.

Согласно данным исследования Journal of Tourism Futures наиболее важные будущие цифровые навыки включают навыки онлайн-маркетинга и общения, навыки работы с социальными сетями, навыки работы с MS Office, навыки использования операционных систем и навыки для отслеживания онлайн обзоров [5].

Отмечается, что в 2030 году для предприятий будет важно понять концепцию иммерсивных технологий, чтобы оживить предлагаемый ими опыт. Также наибольший разрыв между текущим и будущим уровнями навыков в странах Европы был выявлен в отношении навыков искусственного интеллекта и робототехники, а также навыков дополненной и виртуальной реальности, но эти навыки вместе с навыками компьютерного программирования также считались наименее важными цифровыми навыками [6].

Несмотря на то, что в период пандемии доля виртуальных мероприятий увеличилась, ученые из Center for Exhibition Industry Research прогнозируют снижение доли виртуальных мероприятий в арсенале профессиональных организаторов и ДМО. Виртуальные и гибридные мероприятия будут являться дополнительным источником дохода, исходя из чего можно сделать вывод о необходимости развития цифровых компетенций у сотрудников сферы событийного туризма для дальнейшего развития аддитивных цифровых продуктов в данной сфере. А так как цифровое развитие региона напрямую зависит от компетенций жителей (и, соответственно, сотрудников), можно сделать вывод о необходимости реализации действенной кадровой политики перед формированием комплексной стратегии развития туристской дестинации для роста событийного потенциала.

Принимая во внимание результаты исследований ведущих европейских стран, будущие цифровые навыки во всех подсекторах туризма должны включать:

- способность к самообучению (постоянное образование, способность к адаптации, гибкость — необходимые для того, чтобы справляться с текущими цифровыми инновациями и разрушительными бизнес-моделями);

- свободное владение цифровыми технологиями;

- навыки ведения электронного бизнеса: все навыки, необходимые для онлайн-брендинга, маркетинга и распространения (включая веб-сайты, социальные сети, обзоры), сбора данных, анализа данных и управления данными (включая защиту, этику и кибербезопасность), поскольку технологии, основанные на искусственном интеллекте, виртуальной реальности и дополненной реальности, будут приобретать все большее значение во всех секторах туризма, необходимо лучше понимать эти области;

- так как за уникальными, индивидуализированными и персонализированными впечатлениями стоит будущее во всех секторах туризма, навыки создания опыта, как в реальном мире, так и с использованием AR, VR или смешанной реальности с особым вниманием к геймификации, а также созданию онлайн и видео-контента станет более важным;

- профессиональные знания о достопримечательностях, отелях, еде, вариантах поездок, не доступных в Яндекс и Google останутся востребованными.

Таким образом, перечень цифровых навыков ставит конкретные задачи для системы образования в сфере туризма: очевидна растущая потребность в технических навыках в отраслях туризма, но, маловероятно, что сегодняшнее образование может предоставить все более необходимого технического специалиста. Например, аналитикам данных, техническому персоналу и специалистам в области искусственного интеллекта, работающим в OTA\*, не обязательно иметь степень в области туризма и релевантный опыт для работы в таких компаниях, как Skyscanner, Expedia и Booking.com. То же самое относится к создателям видеоконтента или опыта, связанного с VR, AR или смешанной реальностью. Эти рабочие места не обязательно требуют диплома в области туризма: технический и творческий опыт более важны (что создает новое требование к курсам развития креативного дизайн-мышления и технической подготовке кадров). Однако несмотря на то, что индустрия туризма будущего будет еще больше опираться на технологии, ее развитие будет определяться людьми и их потребительским поведением. Технологии же лишь изменят способ взаимодействия людей, например, их поведение в сети.

С другой стороны, образовательные программы в области туризма и гостеприимства, основанные на социальных науках и ориентированные на менеджмент и «людей», а не на «технологии», должны, в первую очередь, иметь дело с последствиями цифровизации социально-экономических, коммерческих, управленческих, устойчивых и этических аспектов туризма вместо того, чтобы сосредотачиваться исключительно на технологиях. Таким образом, непрерывное

\* Over-the-air (OTA) updates — один из методов распространения обновлений в технических программах, программных обеспечениях и т. д., т. е. обновления, происходящие «по воздуху».

постоянное образование кадров индустрии туризма и гостеприимства является необходимым для преодоления разрыва в уровне владения навыками и компетенциями (и, соответственно,

повышении уровня мультипликативного экономического развития отрасли) и должны быть в центре образовательных программ будущих работников сферы туризма.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Brand Management and Cocreation—lessons from tourism and hospitality: introduction to the special issue [Electronic resource] / Official website of the Emerald Publishing Limited. — Access mode: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-10-2020-3158/full/html> — English language (дата обращения: 29.05.2021).

2. Collaboration in marketing regional tourism destinations: Constructing a business cluster formation framework through participatory action [Electronic resource] / Official website of ScienceDirect. — Access mode: <https://www.sciencedirect.com/science/article> — English language (дата обращения: 29.05.2021).

3. Events as platforms, networks, and communities [Electronic resource] / Official website of ScienceDirect. — Access mode: <http://D051ACA0C19873B148247AFD> — English language (дата обращения: 29.05.2021).

4. Gglobal virtual event trends series 2021. Report One — Anatomy of Virtual Events and Financial Outcomes [Electronic resource] / Official website of the Ingenta. — Access mode: [https://2021/01/CEIR-Global-Virtual-Event-Trends-Report-1\\_final.pdf](https://2021/01/CEIR-Global-Virtual-Event-Trends-Report-1_final.pdf) — English language (дата обращения: 29.05.2021).

5. The digital skills divide evidence from the European tourism industry [Electronic resource] / Official website of the Emerald Publishing Limited. — Access mode: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-07-2020-0114/full/html> — English language (дата обращения: 29.05.2021).

6. Tourist Experiences at Overcrowded Attractions: A Text Analytics Approach [Electronic resource] / Official website of Springer Nature. — Access mode: [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-65785-7\\_21](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-65785-7_21) — English language (дата обращения: 29.05.2021).

*Гущин Андрей Викторович*

магистрант  
кафедра туристического бизнеса, географии и  
пространственного планирования  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
AVGuschin@stud.kantiana.ru

*Корнеевец Валентин Сергеевич*

д.г.н., профессор  
кафедра туристического бизнеса, географии и  
пространственного планирования  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
VKorneevets@kantiana.ru

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КУРОРТНО-ПЛЯЖНОЙ ЗОНЕ КАЛИНИГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация.** Многообразие типов и видов организации гостиничного бизнеса в рекреационном туристском пространстве Калининградской области позволяет сформировать устойчивую гостиничную индустрию и обеспечить каждому сегменту потребителей доступное размещение. Рассмотрение распределения гостиничных предприятий по видам и пройденной классификации позволит создать основу для исследования развития туризма в определённой зоне.

**Ключевые слова:** Калининградская область, туристское пространство, туристско-рекреационная зона, туризм, гостиничный бизнес.

*Guschin Andrey V.*

Master student  
Department of Tourism Business, Geography and Spatial Planning  
Immanuel Kant Baltic Federal University

*Korneevets Valentin S.*

Holder of an Advanced Doctorate (Doctor of Science)  
in Geographic Sciences, professor  
Department of Tourism Business, Geography and Spatial Planning  
Immanuel Kant Baltic Federal University

## ALLOCATION OF TYPES AND CLASSIFICATION OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES IN RESORTS AND BEACH AREA OF KALININGRAD REGION

**Summary.** Diversity of types and kinds in establishing of hotel business in Kaliningrad resort tourist spaces allows to form stable hotel industry and provide affordable accommodation for all types of consumer segment. Consideration of allocation of hotel enterprises by types and their classification will allow to make a basis for researches of development tourism in a certain area.

**Keywords:** Kaliningrad region, tourist space, tourist and recreational area, tourism, hotel business.

Калининградская область является одной из востребованных туристских дестинаций как у внутреннего, так и у внешнего туриста. Об этом свидетельствует статистика туристских прибытий в Калининградскую область в 2018, 2019 и 2020 годах [4], а также актуальные для 2021 года данные [3]. В Калининградскую область приезжают с разными целями, поскольку регион предоставляет выбор видов туризма: культурно-познавательный, пляжный, лечеб-

но-оздоровительный, водный, пеший, экологический, сельский. В Калининградской области за каждым видом туризма «закреплена» своя территория, хотя некоторые виды туризма могут пересекаться в одном месте (например, курортные города Светлогорск и Зеленоградск, которые располагают пляжным, лечебно-оздоровительным и культурно-познавательным видами туризма). Такие цифры туристского потока говорят и о том, что в Калининградской

области есть сопутствующая инфраструктура размещения туристов.

Глобальное исследование Калининградской области с выделением ключевых зон видов туризма, а также предварительный подсчёт количества средств размещения и номерной фонд для каждой такой зоны был сделан коллективом авторов Семёновой Л. В., Драгилевой И. И., Кропиновой Е. Г., Гмуенюка И. С., Зайцевой Н. А. по данным до 2012 года включительно. Коллектив авторов разделил Калининградскую область на пять ключевых туристско-рекреационных зон (ТРЗ):

- 1) «От косы до косы»;
- 2) «Калининград-Кёнигсберг»;
- 3) «Историческое кольцо городов Калининградской области»;
- 4) «Зона заливов»;
- 5) «Виштынецкое озеро и Краснолесье (Роминтенская пуша)» [2].

В каждой из вышеперечисленных ТРЗ авторы выделили и обозначили количество ключевых объектов туристской индустрии и привели перечень средств размещения с единовременной вместимостью туристов. Также, коллективом авторов были установлены наиболее используемые виды предприятий средств размещения: гостиница (отель) и гостевой дом. Было установлено, что в 2012 году данная ТРЗ могла принимать 3,5 тысячи туристов в 129 средствах размещения разного вида [2]. Ввиду того, что с 2012 года в туристской сфере Калининградской области произошло множество изменений, соответственно, изменились и данные по предприятиям размещения для каждой ТРЗ. Кроме того, коллективом



Рисунок 1 — Распределение средств размещения по видам (Светлогорский р-н, 2021 г.).  
Составлено Гушиным А.В.

авторов, как упоминалось выше, были выделены лишь два вида объектов размещения, остальные были перенесены в категорию «другие» [2]. На курорты и пляжи Калининградской области ТРЗ «От косы до косы» прибывают различные сегменты потребителей, с различной платежеспособностью, и не все потребители могут позволить себе покупку дорогих услуг средств размещения. Соответственно, возникает необходимость исследования рынка. Наиболее точные данные по видам средств размещения представлены на Рисунках 1, 2, 3:

Подобная ситуация характерна для оставшихся районов ТРЗ — Балтийского ГО и Пионерского ГО. С момента исследований вышеупомянутого коллектива авторов не произошло ключевых изменений, наиболее распространёнными видами средств размещения остаются



Рисунок 2 — Распределение средств размещения по видам (Зеленоградский р-н, 2021 г.).  
Составлено Гушиным А.В.



Рисунок 3 — Распределение средств размещения по видам (Янтарный ГО, 2021 г.).  
Составлено Гуциным А.В.

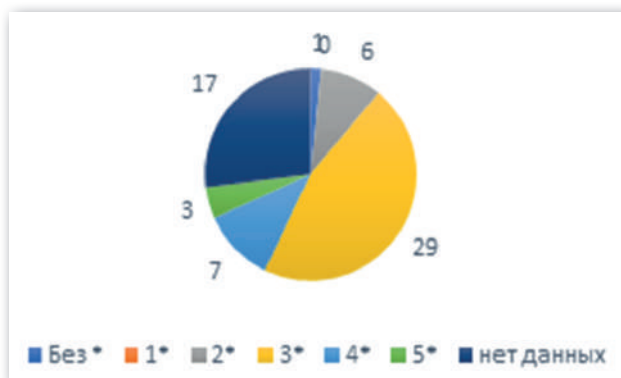


Рисунок 4 — Данные о классификации средств размещения в Светлогорском районе.  
Составлено Гуциным А.В.

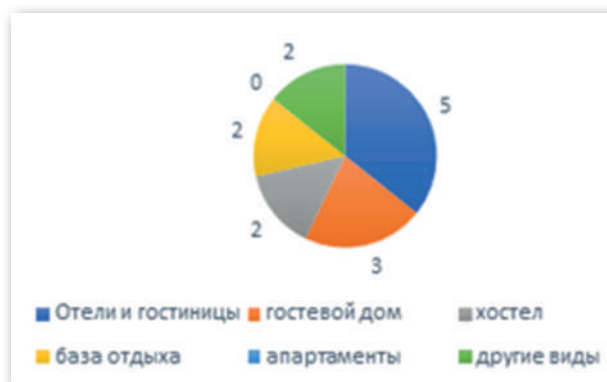


Рисунок 5 — Соотношение неклассифицированных средств размещения в Светлогорском районе.  
Составлено Гуциным А.В.

отели и гостевые дома. Также появляются предприятия по предоставлению апартаментов (не следует путать с апарт-отелями), хостелы, базы отдыха, а также некоторые другие виды, например, гостиничные комплексы, которые трудно отнести к отелю или гостевому дому, кемпинги, а также первый в Калининградской области глэмпинг на Куршской косе.

Как уже было отмечено, преобладающими видами организации гостиничного бизнеса являются отели (классические отели, бутик-отели, апарт-отели и другие) и гостевые дома. В связи с изменениями в законодательстве, каждое средство размещения с любым номерным фондом должно пройти обязательную классификацию и получить соответствующую категорию. Однако,

в ходе изучения основных видов организации средств размещения, было установлено, что не все средства размещения в каждом округе имеют классификацию. Данные по Светлогорскому району представлены на Рисунке 4:

На Рисунке 5 представлено соотношение видов средств размещения с отметкой «Нет данных» в Светлогорском районе:

Подобная ситуация характерна и для остальных составляющих ТРЗ: хостелы и гостевые дома. Отметим, что некоторые отели не имеют каких-либо данных о классификации. В соответствии с изменениями в законодательстве [1], данные предприятия обязаны пройти классификацию и получить категорию вне зависимости от своего номерного фонда.



### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ // «Кодекс»: электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9032907> (дата обращения: 18.10.2021).

2. Семёнова Л.В. и другие. Стратегии развития туризма в Калининградской области: проблемы и перспективы: монография. — М.: РУСАЙНС, 2018.

3. Калининградские власти прогнозируют полную загрузку отелей предстоящим летом. Информационный ресурс ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/10846447> (дата обращения: 18.10.2021).

4. Власти рассказали, сколько туристов посетили Калининградскую область в 2020 году. Информационный ресурс «Новый Калининград». URL: <https://www.newkaliningrad.ru/afisha/other/news/23906611-vlasti-rasskazali-skolko-turistov-posetili-kaliningradskuyu-oblast-v-2020-godu.html> (дата обращения: 18.10.2021).

## ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА АПАРТ-ОТЕЛЕЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

**Аннотация.** Исторически сложилось так, что именно в Петербурге был открыт первый в России апартамент-отель в его классическом понимании. И в настоящее время Петербург стал столицей именно апартамент-отелей. Москва занимает лишь второе место по объему предложения сервисных апартаментов; также в «топе» находятся города-миллионники с высоким потенциалом в сфере индустрии гостеприимства — Сочи, Казань, Екатеринбург, Красноярск, Новосибирск, Нижний Новгород. В статье показано, почему именно Санкт-Петербург является лидером по предложению сервисных апартаментов в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** апартамент-отель, сервис-отель, инвест-отель, Санкт-Петербург, апартаменты, рынок, гостиничный бизнес.

*Dorokhova Victoria A.*

Master student

Program Hospitality Business Management

Saint-Petersburg State University of Economics

## FEATURES OF REGIONAL DEVELOPMENT IN APART-HOTELS SEGMENT IN SAINT-PETERSBURG

**Summary.** Historically, it was in St. Petersburg that the first apart-hotel in the classical sense was opened in Russia, and this product was a great success with investors. And now St. Petersburg has become the capital of apart-hotels in Russia. Moscow occupies only the second place by the volume of serviced apartments supply; also in the “top” are cities with a high potential in the hospitality industry — Sochi, Kazan, Ekaterinburg, Krasnoyarsk, Novosibirsk, Nizhny Novgorod. The article shows why St. Petersburg is the leader in offering service apartments in the Russian Federation.

**Keywords:** apart-hotel, service-hotel, investment-hotel, Saint Petersburg, apartments, market, hotel business.

Первый апартамент-отель был открыт в 1975 году в городе Вичита (штат Канзас, США). Его концепцию разработал Джек Де Боер, который взял за основу популярные в Европе апартаменты и «добавил» к ним гостиничный сервис. Впоследствии Де Боер создал первые цепи гостиниц, ориентированные на длительное пребывание: Residence Inn, а затем Summerfield Suites и Candlewood Suites, а первый апартамент-отель выкупила гостиничная сеть Marriott. Кстати, бывший президент США Дональд Трамп в свое время также «вложился» в гостиничную недвижимость, в том числе в строительство апартамент-отелей. Сейчас открытием кондо-отелей (номера в них можно приобрести в собственность) занимается Trump Organization. На сегодняшний день апартамент-отели находятся в управлении таких круп-

нейших гостиничных операторов как Four Seasons, Hilton, Hyatt, Regent International, Ritz-Carlton, Rosewood, Sonesta и Starwood [1].

Сегодня гостиницы квартирного типа имеют структуру современного отеля, развиваются по законам предприятий гостиничного бизнеса и предлагают клиентам широкий набор услуг. Все апартамент-отели проходят обязательную классификацию, и им присваиваются «звёзды». Уровень обслуживания апартамент-отеля категории 4\* соответствует классическому отелю с аналогичным рейтингом.

В развитых странах апартамент-отели работают давно. В России продвижение этого бизнеса замедляется тем, что еще очень велика доля сдачи в аренду квартир собственниками без уплаты налогов. Тем не менее, в России растёт популяр-

ность и количество разрешений на строительство апарт-отелей, а в Санкт-Петербурге это становится трендом [6].

Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции в стране в сегменте апарт-отелей — здесь насчитывается свыше сотни таких объектов. Мы привыкли к тому, что Санкт-Петербург является культурной столицей России. Но теперь и в мире его официально признали лучшим культурным городом для путешественников и туристов. Петербург обошёл таких сильных конкурентов, как Рим, Венеция, Пекин, Рио, Париж и Нью-Йорк. В течение последних 5 лет город получает награды на WTA. Ещё одну победу нашему городу принёс не имеющий аналогов праздник, организуемый для выпускников школ, а именно «Алые паруса». Праздник был признан лучшим городским ивентом мира в 2019 году, взяв гран-при Best Event Awards World.

В текущем 2021 году Санкт-Петербург был представлен в шести основных номинациях WTA. По итогам открытого онлайн голосования на официальном сайте премии город одержал победу сразу в трех номинациях: «Ведущий город Европы с культурно-историческим наследием 2021»; «Ведущий город Европы для непродолжительных поездок 2021»; «Ведущая маркетинговая кампания Европы 2021». Что это значит для Санкт-Петербурга? В первую очередь то, что интерес к нему только растет. Внутренний туризм традиционно обеспечивает более половины турпотока. Привлекательность города как направления, низкий курс рубля, лоукостеры и электронные визы будут и дальше способствовать росту притока гостей из разных стран. При этом в городе все еще недостаточно недорогих отелей, именно этот сегмент предприятий размещения пользуется повышенным спросом.

Туристический рынок столкнулся с нехваткой мест недорого проживания класса трех звезд. И апарт-отели оказались решением этой проблемы — удобные локации, хорошая инфраструктура, выгодные цены на проживание и высокий гостиничный сервис. В свете этих событий крупные международные бренды вновь усилили интерес к проектам отелей и комплексов апарт-отелей в Санкт-Петербурге [7]. Верят в апарт-отели и девелоперы. Об этом свидетельствует ряд новых проектов в 2021 году. Так, «ПСК» выводит на рынок целую сеть из трёх инвест-отелей под названием Avenir. Не разочаровались в петербургском рынке гостеприимства и китайские компании.

Девелопер «Хуа Жэнь» в мае объявил о старте продаж в комплексе Shine. Как сказано в пресс-релизе компании, запуск этого проекта напрямую связан с популярностью соседнего отеля NHAO у китайских туристов до пандемии [10].

Сервисные апарт-отели активно продолжают наращивать объёмы предложения на рынке, увеличивая долю в общем объёме номерного фонда города. По итогам 2020 г. номерной фонд сервисных апарт-отелей увеличился на 64% по сравнению с 2019 г., что связано с активным развитием сегмента, строительством и вводом в эксплуатацию новых объектов, которые впоследствии выходят на рынок гостиничной аренды (см. рисунок 1). Темпы ввода объектов сохранились на уровне 2019 г., незначительно увеличившись на 1,2% (2 691 номеров в 2020 г., 2 659 номеров в 2019 г.). Данный сегмент продолжит своё развитие, а в условиях привлечения международных операторов способен составить серьёзную конкуренцию классическим гостиницам [4].

Согласно предварительным результатам глобального анализа, подготовленного совместно STR и AirDNA и изложенного в Phocus Wire, с момента начала пандемии COVID-19 краткосрочная аренда апарт-отелей показывает большую устойчивость, чем заселение в традиционные отели. В исследовании рассматривались показатели традиционных отелей, сопоставимые с форматом апарт-отелей в категории студий и апарт-отелей с одной спальней. Когда в марте 2020 года COVID-19 охватил весь Земной шар, в традиционных отелях было зафиксировано наиболее серьёзное снижение заполняемости по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года — на 77%. Аренда апарт-отелей в это же время сократилась всего на 45%. Когда же в секторах сферы гостеприимства стало наблюдаться некоторое оживление, более заметным оно было в аренде апарт-отелей, чем в традиционных гостиницах [9].

В отличие от Москвы, где в условиях плотной застройки центра апарт-отелям в основном предоставляются места в бывших промзонах, в Санкт-Петербурге апарт-отели открываются в основном в центре или недалеко от него, рядом со станциями метро, от которых добраться к историческим достопримечательностям города не составляет труда и не требует много времени. В Северной столице предлагаются проекты с продуманной концепцией и собственной нишей, с объединением под одной крышей совершенно

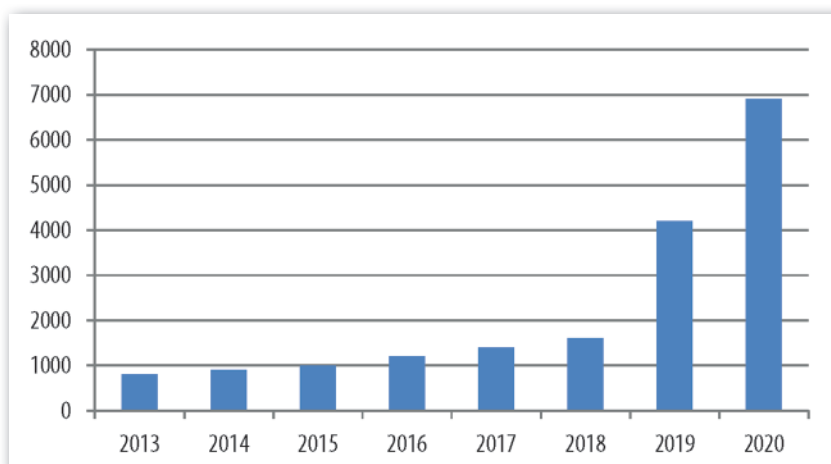


Рисунок 1 — Динамика номерного фонда сервисных апарт-отелей [4]

разных видов коммерческой деятельности — офисов, торговых центров, апарт-отелей и ресторанов. Это способствует восприятию апарт-отелей в качестве весьма удобного места для проведения деловых встреч и семинаров, культурных мероприятий, отдыха.

Победителем престижного федерального конкурса *Arendator Awards* в номинации «Лучший апарт-отель» стал отель *ARTSTUDIO Moskovsky* петербургского девелопера *RBI*, расположенный на Заозерной улице у метро «Фрунзенская». Отель открылся в августе 2021 года и по результатам первых двух месяцев работы его оценка на *Booking.com* на основании отзывов гостей составила 9,5 баллов («Великолепно»). Обслуживанием гостиницы занимается управляющая компания *RBI PM (Property Management)*. Она успешно работает на рынке с 2018 года — именно тогда Группа *RBI* решила развивать инвест-отели в качестве нового бизнес-направления. Пилотным проектом в этом сегменте стал *ARTSTUDIO Nevsky*, расположенный рядом с Московским вокзалом на 2-й Советской улице. Несмотря на кризисный для туристической отрасли период, средняя загрузка проекта *RBI* на 2-й Советской улице в 2020 году составила 67%. Это оказалось значительно выше показателей большинства петербургских гостиниц и апарт-отелей, у которых она варьировалась в диапазоне между 30% и 47%. В марте 2020 года, с началом карантинных ограничений, в *ARTSTUDIO Nevsky* оперативно переключились с краткосрочной модели аренды на долгосрочную, а в мае, когда ситуация стала выправляться, начали обратный процесс [11].

Внимание к отелю на 2-й Советской привлекает не только высокое качество гостиничного сервиса, интерес вызывает и арт-коллаборация с *Pop-up* театром лауреата «Золотой маски» Семена Александровского. Вместе с известным современным драматургом Асей Волошиной он превратил номера отеля в театральные подмости, на которых разворачивается действие иммерсивного спектакля «Фаза зеркала». Необычное сотрудничество выделяет сеть *ARTSTUDIO* на фоне многочисленных конкурентов и также опосредованно влияет на заполняемость отеля, тем самым обеспечивая собственникам юнитов стабильную доходность. Поэтому этот опыт продолжится и в новом отеле. Для *ARTSTUDIO Moskovsky*, признанного лучшим в России, Семен Александровский готовит виртуально-театральный спектакль «Письмо из Петербурга». Новая постановка основана на переписке когда-то живших в Петербурге людей — художников, композиторов, архитекторов, писателей. В каждом номере можно будет пройти целый «квест» по внутреннему миру известных деятелей прошлого: услышать их слова, музыку, увидеть фотографии, узнать множество любопытных деталей их жизни [11].

Творческий подход *RBI* считается и в оформлении внутренних интерьеров отелей. Так, в холлах *ARTSTUDIO Nevsky* можно увидеть авторские барельефы, живописные полотна и даже бронзовую скульптуру — работу «Ускользящая красота» Арсена Аветисяна (1971–2004), которая до приобретения в коллекцию *RBI* выставлялась в музее современного искусства Эрта. Для *ARTSTUDIO Moskovsky*

была создана собственная уникальная концепция — Art for Apart с серией работ «Ленинградский модернизм», которую для девелопера разработал графический дизайнер с мировым именем Петр Банков. Его работы представлены в парижском Лувре, в Stedelijk Museum в Амстердаме, нью-йоркском музее современного искусства MoMA. А теперь — и в ARTSTUDIO Moskovsky. В номерах и на этажах отеля размещены авторские постеры с изображением двенадцати легендарных зданий, построенных в узнаваемой стилистике 1960–80-х годов: аэропорт Пулково, Финляндский вокзал, БКЗ «Октябрьский».

В RBI обращают внимание на неслучайность выбранной темы ленинградского модернизма, поскольку отель расположен на территории так называемого «нового Ленинграда», возродившегося в середине XX века, после войны и блокады, в новаторской для того времени архитектуре [11].

За последние годы Петербург превратился в российскую столицу апарт-отелей, оставив далеко позади Москву. Быстрый рост числа выводимых в продажу, а также анонсированных петербургских проектов инвест-отелей подкрепляется высоким спросом на такой формат недвижимости со стороны частных инвесторов. Их привлекает простота и прозрачность такого способа вложения средств, а также высокие показатели доходности, которые во многом обусловлены ростом туристической привлекательности города на фоне недостатка качественных средств размещения. В ближайшем будущем это несоответствие может обостриться еще сильнее, что играет на руку покупателям юнитов в новых апарт-отелях.

Значительные усилия властей и представителей индустрии направлены на развитие событийного туризма, что должно, в том числе, помочь сгладить присущую северному городу ярко выраженную сезонность. По прогнозам городской администрации, к 2023 году именно событийный туризм будет основной целью прибытия в Петербург каждого пятого туриста. При этом существующая туристическая инфраструктура Петербурга не справляется с размещением многочисленных гостей города. Количество самых востребованных типов отелей не соответствует спросу.

«Проблема нехватки качественного номерного фонда в условиях растущего интереса туристов к городу действительно обострилась, особенно после Чемпионата мира и запуска

электронных виз, — говорит Екатерина Запорожченко, коммерческий директор ГК Docklands development — В последние несколько лет в Петербурге практически не открывались классические гостиницы в сегменте 3 и 4 звезды, а уже имеющиеся номера — устаревают. Апарт-отели со звездами дают возможность удовлетворить растущий спрос на комфортное размещение и современный гостиничный сервис по более демократичным ценам» [8]. Отечественных и зарубежных туристов привлекает, в том числе, один из отличительных признаков многих сервисных апартаментов — наличие в номере кухни со всей необходимой техникой, подчеркивает Екатерина Запорожченко: «Для одних это возможность сэкономить в путешествии, а для семей с детьми — необходимость... Спрос на краткосрочную аренду в апарт-отелях растет как среди бизнес-туристов, так и классических туристов. Этот продукт является альтернативой классическим отелям. Люди все чаще выбирают апарт-отели по причине оптимального соотношения цены и комфорта», — подтверждает Карина Шальнова, директор RBI PM (входит в Группу RBI) [8].

Основную долю спроса на краткосрочную аренду апартаментов составляют индивидуальные туристы и организованные группы, а также корпоративные клиенты, размещающиеся на время командировок, конференций или обучающих семинаров. На особенности спроса влияет локация. Туристы могут рассматривать более доступный по цене вариант в спальном районе, а также и локации рядом с историческим центром и главными достопримечательностями. Корпоративные клиенты чаще предпочитают оптимальную удаленность от деловых или выставочных центров в зависимости от цели визита. Примером такого влияния локации на особенности спроса является комплекс STATUS by SALUT, расположенный на Пулковском шоссе, то есть в направлении из аэропорта к центру города. Здесь часто размещаются пассажиры ранних рейсов, которые заезжают в отель вечером и выезжают в аэропорт непосредственно перед рейсом. К ним добавляются пассажиры и члены экипажей, размещаемые в отеле в случае существенных задержек и переносов рейсов.

По мере развития сегмента апарт-отелей будут продуманы новые нормативы, начнет создаваться новая законодательная база. Возможно, будет предусмотрено озеленение прилегающих

территорий и обеспечение инфраструктуры для апарт-отелей. Ужесточение конкуренции будет приводить к появлению на рынке апарт-отелей под управлением международных гостиничных операторов. Первые примеры уже есть. Так, проект VALO включает шесть гостиничных форматов, в том числе отель 4\* под брендом Mercure международной сети AccorHotels. Этот же оператор управляет комплексом апартаментов STATUS by SALUT. По оценкам экспертов, участие AccorHotels должно обеспечить более высокие показатели заполняемости отеля и стоимости проживания [8].

Проекты сервисных апартаментов ориентируются не только на спрос со стороны туристов, но также развивают свои предложения, нацеленные на длительное проживание. Активно растет доля долгосрочной корпоративной аренды. Большинство компаний предпочитают арендовать для своих сотрудников апартаменты, как на месяц, так и на более долгий период, предполагающий переезд сотрудника в другой город вместе с семьей. Ведь апартаменты полностью меблированы, оборудованы для долгосрочного проживания и учитывают потребности как одного человека, так и семьи. При этом вне зависимости от срока аренды взаимодействие с компанией, управляющей апарт-отелем, для корпоративных клиентов предпочтительнее, нежели общение с частными лицами, сдающими свою недвижимость в аренду. Это более выгодная модель, которая предусматривает наличие необходимых финансовых документов, возможность аренды недвижимости без залога и до-

полнительного агентского вознаграждения, а также возможность размещения сотрудников в одном месте с качественным гостиничным комфортом и обслуживанием. В большинстве апарт-отелей отдают предпочтение тому или иному типу проживания в зависимости от времени года. В высокий сезон приоритет отдается посуточной аренде, в месяцы спада туристической активности — долгосрочной [8].

21 октября текущего года в Санкт-Петербурге состоялась дискуссия экспертов по коммерческому управлению недвижимостью «Апарт-отель. Развитие через управление». В ходе данного мероприятия было отмечено, что рынок апартаментов в Москве и Санкт-Петербурге сильно отличается. В Москве преобладают апартаменты бизнес- и премиум-класса, в Санкт-Петербурге доминирует комфорт класс. По сервисным апартаментам, предлагаемым в аренду, Санкт-Петербург — безусловный лидер в России. Количество предлагаемых рынком юнитов растет очень быстрыми темпами (см. рисунок 2). Нынешняя пандемия немного приостановила рост, но в целом тенденция сохраняется. К концу 2022 года количество юнитов на рынке превысит количество номеров в отелях города категории 3\* и 4\* [2].

Международные гостиничные бренды, видя, что инвесторы развернулись в сторону апартаментов, вынуждены создавать объекты и на рынке апарт-отелей. Под их влиянием появляются все новые проекты апарт-отелей и резиденций, в том числе в виде смешанных проектов (миксов). Например VERTICAL в Санкт-Петербурге. К уже

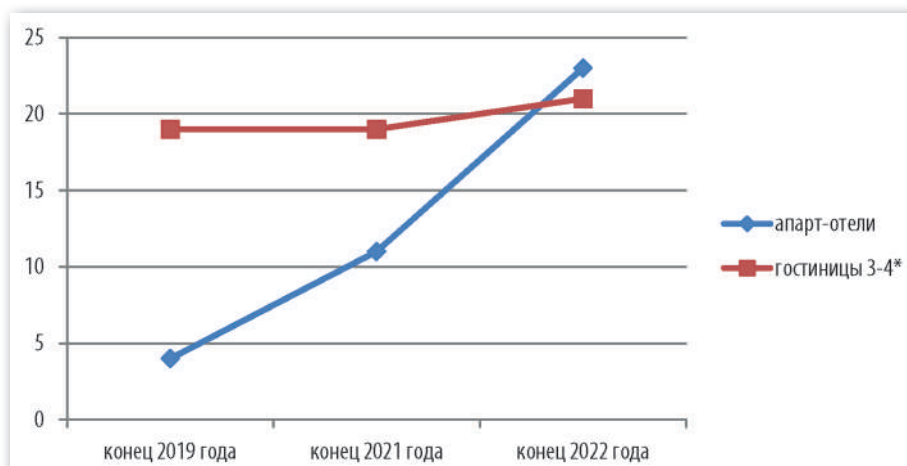


Рисунок 2 — Прирост номерного фонда Санкт-Петербурга: гостиницы 3–4\* и апарт-отели, в тыс. лотов [2]

функционирующему апарт-отелю Vertical 3\* у метро Фрунзенская к 2025 году добавится строящийся на улице Орджоникидзе в Московском районе отельный комплекс из пяти высотных башен общей площадью 120 тыс. кв. м. В составе проекта планируется открыть два отеля — один под брендом Vertical, другой корпус займет гостиница под брендом Ramada Encore by Wyndham. Ещё в трех 26-ти этажных корпусах разместится жилье в кондо-формате. В пресс-релизе компании Vesar Asset Management, которая занимается реализацией проекта, этот коливинг назван самым крупным в мире. Его номерной фонд составит не менее 1,5 тыс. юнитов, а площадь общественных зон — 9 тыс. кв. м. География подобных проектов: более 40% объектов находятся в Азии, более 30% — в Северной Америке, менее 25% — в Европе. Большинство коливингов расположены на урбанизированных территориях, таких как Нью-Йорк, Гургаон, Шанхай, Сингапур. Co-living (коливинг) — это формат размещения, в котором отражена концепция совместного проживания. Жилые юниты предназначены для сна, а все остальное (питание, работа, проведение праздников и мероприятий, использование части имущества и т. п.) используется наравне с соседями. Коливинг ориентирован на среднесрочное и долгосрочное размещение. Предполагается, что минимальный срок размещения будет составлять не менее семи дней. Для постояльцев будут работать прачечные, спа-зоны, фитнес, коворкинги и переговорные, библиотеки и концертные площадки, игровые зоны и зоны для общения [5].

11 октября 2021 года прошел классификацию на категорию «три звезды» и начал принимать гостей первой очереди инвест-отель IN2IT, который девелоперская группа PLG построила в Московском районе Санкт-Петербурга. Свидетельство выдано сроком на 3 года, и это подтверждает, что инвест-отель предоставляет полный спектр гостиничных услуг (услуги пита-

ния, поднос багажа, уборка, химчистка, туристические услуги), а его номерной фонд, техническое и санитарное оснащение полностью готовы к приему постояльцев. Первая очередь IN2IT уже встретила первых гостей. До конца года под среднесрочное (от 1 до 3 месяцев) и долгосрочное размещение планируется отдать около 70% номеров. В краткосрочном размещении номера бронируются чаще всего через сервис-агрегатор Booking.com на срок от двух до семи дней. С началом высокого сезона будет преобладать краткосрочная аренда. Инвест-отель IN2IT стал одним из первых апарт-отелей, который дает возможность через известные сервисы (Booking, Airbnb) забронировать номер на месяц по цене среднесрочного размещения. Отельный оператор PLG начал сотрудничество с российскими туроператорами, такими как «Интурист», «Пегас Туристик», «Библио Глобус», «Тари Тур», «Академсервис». Цены за одну ночь в указанном инвест-отеле начинаются от 2 200 рублей и от 26 000 рублей за месяц. На любую категорию номера в первый месяц работы отеля действует скидка 20% по акции Happy opening. Гостям предлагается два тарифа: с завтраком и без. В отеле можно проживать с небольшими питомцами в соответствии с правилами проживания с домашними животными [3].

«Будущее за апарт-проектами, которые являются драйверами развития среды», — отметила Светлана Сердюкова, партнер Meeting Experts, профессиональный консультант, участвовавший в создании концепции управления комплексами апартаментов Санкт-Петербурга. На то, как развивается рынок апартаментов, особенно сервисных, очень важно обращать внимание и классическим отельерам, потому что апарт-отели и резиденции все больше соприкасаются с гостиничным рынком, они все больше будут оказывать влияние на него, особенно сейчас — в эпоху переформатирования как рынка труда, так и спроса на услуги отельеров [2].

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Апарт-отель: что это такое? Преимущества, виды и характеристики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://openhospitality.org/blog/proekty/apartotel-chto-eto-takoe-preimushchestva-vidy-i-kharakteristiki/> (дата обращения 07.11.2021).

2. Баскаков П., Рынок апартаментов в Москве и Санкт-Петербурге сильно отличается. [Электронный

ресурс]. Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/gynok-apartamentov-v-moskve-i-s-peterburge-silnotlichatsya> (дата обращения 02.11.2021).

3. В Санкт-Петербурге открылся трёхзвёздочный отель IN2IT. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/v-sankt-peterburge-otkrylsya-tryekhzhvyedochnyu-otel-in2it/> (дата обращения 30.10.2021)

4. Итоги 2020 года на рынке гостиничной недвижимости Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/itogi-2020-goda-na-rynke-gostinichnoy-nedvizhimosti-sankt-peterburga> (дата обращения 08.11.2021).

5. Коннова Е. Самый крупный в мире коливинг построят в Санкт-Петербурге. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://realty.rbc.ru/news/5d8219ab9a7947c09a31a049> (дата обращения 09.11.2021)

6. Купить себе гостиничный номер. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/promo/48271-apartment-hotel> (дата обращения 07.11.2021).

7. Популярность апарт-отелей будет расти. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://partapart.ru/novosti-i-analitika/populyarnost-apartamentov-budet-rasti> (дата обращения 08.11.2021).

8. Почему вложения в петербургские апарт-отели могут обеспечить высокую доходность. [Электронный

ресурс]. Режим обращения: <https://spbguide.rbc.ru/aparts-spb-part2> (дата обращения 09.11.2021).

9. Рынок апарт-отелей устойчивее рынка классических отелей. [Электронный ресурс]. Режим обращения: <https://partapart.ru/novosti-i-analitika/rynok-apartamentov-ustojchivee-rynka-klassicheskikh-otelej> (дата обращения 09.11.2021).

10. Чернышов И. Доходность до 18%, вход от 300 тысяч: что обещают инвесторам апарт-отели Петербурга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novostroy.su/articles/market/dokhodnost-do-18-vkhod-ot-300-tysyach-cto-obeshchayut-investoram-apart-oteli-peterburga/> (дата обращения 08.11.2021).

11. Эксперты выбрали лучший апарт-отель в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://abnews.ru/2021/10/12/eksperty-vybrali-luchshij-apart-otel-v-rossii/> (дата обращения 26.10.2021).



*Дыбок Валентина Владимировна*

старший преподаватель  
кафедра сервиса и гостиничного дела  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского  
7v9@mail.ru

## ИНТЕГРАЦИОННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Аннотация.** В статье изучены вопросы внедрения и формирования электронного образования в Донецкой Народной Республике. Особое внимание уделено вопросам развития электронного обучения в современном образовательном пространстве. Предложена структура интеграционной концепции развития компетенций персонала предприятий общественного питания региона в рамках электронного обучения и раскрыты пять ее постулатов.

**Ключевые слова:** общественное питание, компетенции персонала, интеграционная концепция, качество труда, электронное обучение.

*Dybok Valentina V.*

Senior Lecturer  
Department of Service and Hospitality  
Donetsk National University of Economics and  
Trade named after M. Tugan-Baranovsky

## INTEGRATION CONCEPT OF DEVELOPING THE COMPETENCIES OF PUBLIC CATERING PERSONNEL

**Summary.** The article examines the implementation and formation of e-education in the Donetsk People's Republic. Particular attention is paid to the development of e-learning in the modern educational space. The structure of the integration concept for the development of the competencies of the personnel of public catering enterprises in the region within the framework of e-learning is proposed and its five postulates are revealed.

**Keywords:** public catering, personnel competence, integration concept, labor quality, e-learning.

Одним из важнейших факторов совершенствования компетенций персонала предприятий в современных условиях является профессиональное обучение, способствующее развитию знаний, умений и навыков, отвечающих системе требований рынка труда. Теоретико–прикладное значение вопросов обучения персонала обусловило включение программ обучения в состав ключевых подсистем управления персоналом. Вместе с тем, как показывает исследование научных источников, а также практика работы отечественных предприятий, планирование, организация и реализация программ обучения персонала более широко рассматриваются в приложении предприятий тяжелого машиностроения, нефтехимии, энергетики, добывающей промышленности и т. д. При этом вопросы обучения персонала сервисных предприятий, в том числе

сферы общественного питания, туризма и гостеприимства являются исследованными в меньшей степени. Объективно это связано с ресурсными и организационными возможностями субъектов хозяйствования. Однако тенденции нарастания конкуренции и необходимость обеспечения высокого качества обслуживания говорят о необходимости развития компетенций персонала именно сферы гостеприимства. Таким образом, вопрос развития профессионального обучения для персонала предприятий сферы общественного питания является актуальным и своевременным. Вместе с тем, проработка данной проблематики должна осуществляться в контексте современных тенденций образовательного процесса, а также условий цифровизации экономики и общества, что позволит сформировать концепцию развития компетенций персонала

предприятий общественного питания, базирующихся на парадигме информатизации. В пользу инновационного пути развития профессионального обучения персонала также свидетельствует тот факт, что электронное обучение (e-learning), как цифровое направление индустрии знаний, определено профессиональным сообществом сферы общественного питания Донецкой Народной Республики в качестве одного из наиболее перспективных трендов.

Высокое качество трудовых ресурсов во многом обеспечивается условиями их постоянного развития. Данный концепт нашел отражение в теории самообучающейся организации, под которой в обобщенном виде понимается предприятие, формирующее условия постоянного и непрерывного обучения своих сотрудников. Применение в теории и практике деятельности предприятий данного подхода объективно зависит от социально-экономических тенденций в обществе в целом, а также в образовании как его социальном институте. Современное развитие общества идет по пути цифровизации всех сфер и направлений деятельности. Образование в данном случае не является исключением. Так, по данным аналитиков, к 2025 г. емкость рынка онлайн-обучения в мире достигнет 200 млрд долл., количество обучающихся увеличится до 650 млн чел., при этом, соотношение обучившихся при помощи электронных ресурсов и традиционных подходов составит 2,5:1 [1].

В пользу концепции электронного обучения для персонала предприятий и организаций также свидетельствует тот факт, что по данным кадровых агентств срок технологического обновления производства в современном мире сокращается до 4–5 лет, а по высокотехнологическим отраслям — до 2–3 лет, что приводит к формированию 10–15 летних сроков подготовки высокопрофессиональных кадров [2]. Это может свидетельствовать о том, что традиционный цикл обучения кадров, составляющий 4–7 лет, является недостаточным для современных потребностей рынка труда, и подход к «обучению всю жизнь» является не временной тенденцией, а насущной необходимостью.

Разработка и внедрение электронных образовательных технологий в Российской Федерации осуществляется параллельно общемировым процессам и тенденциям. Так, в 2017 г. наибольшие объемы инвестиций в сфере образования на уровне государства были отмечены в сегментах

дополнительного профессионального образования и высшего профессионального образования — 7 и 6,8 млрд рублей соответственно. По данным экспертов, доля дистанционного сегмента в сфере высшего профессионального образования Российской Федерации за период 2016–2021 гг. должна увеличиться на 5,3% и на конец периода исследования составить 9% рынка образовательных услуг [3].

Стремительное развитие рынка электронного обучения в Российской Федерации базируется на государственной образовательной политике, поддерживающей подобные проекты. Так, за период 2010–2020 гг. в рамках внедрения электронных образовательных технологий в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ [4] нашли отражение правовые нормы реализации электронного обучения. Содействие внедрению электронного обучения выступает одной из целей государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» [5] на 2018–2025 гг., основным результатом которой должен быть охват онлайн-обучением к концу 2025 г. одиннадцати миллионов школьников и студентов. Финансовая поддержка электронного обучения осуществляется посредством реализации федерального проекта Министерства образования и науки Российской Федерации «Современная образовательная среда» [6]. Методические и прикладные аспекты внедрения электронного обучения нашли свое отражение в создании Совета по открытому онлайн-образованию при Министерстве образования и науки Российской Федерации, а также Ассоциации «Национальная платформа открытого образования» [7].

В Донецкой Народной Республике также регламентировано использование электронных образовательных технологий. В частности, ст. 14 Закона Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015 г. № 55-ИНС устанавливает возможность реализации образовательных программ с применением электронного обучения и образовательных дистанционных технологий. Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики как государственным органом, обеспечивающим реализацию образовательной политики на уровне региона, сформирован пакет разъяснительных и методических документов, упорядочивающих данный процесс. В частности, были утверждены порядки реализации дополнительных професси-

ональных программ повышения квалификации, профессиональной подготовки, образовательных программ в образовательных организациях высшего и среднего профессионального образования, а также общего и дополнительного образования детей (в период действия режима повышенной готовности) с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий [8–11]. С целью обеспечения единства подходов по внедрению электронных образовательных технологий во всех организациях региона письмом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 15.09.2017 г. №4415/21–58 введены «Методические рекомендации по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» [12]. Представленная информация наглядно свидетельствует о поддержке электронных образовательных технологий на уровне региона со стороны органов власти, обеспечении правовых и методических инструментов его реализации. При этом следует отметить тот факт, что обеспечение финансовой поддержки данной сфере образования в условиях региона с особым статусом является проблематичным в силу ограниченности бюджета, а также финансово-экономических возможностей образовательных организаций.

В данных условиях образовательные организации осуществляют обучение исходя из имеющейся ресурсной базы, существенно ограничивающей масштабы предоставления образовательных услуг подобного рода. Исходя из этого, можно предположить, что рынок электронного обучения в регионе может быть ориентирован в первую очередь на реализацию программ обучения для широкой аудитории в условиях форс-мажорных обстоятельств, а также на возможности краткосрочного онлайн обучения прикладным навыкам физических лиц, в том числе по заказу предприятий и организаций.

Говоря о внедрении электронных образовательных технологий в сфере общественного питания Донецкой Народной Республики, в качестве аксиомы следует учитывать факт невозможности локальной организации данного процесса на отдельных предприятиях в силу ряда факторов. В частности, это отсутствие опыта подобной деятельности, проблемы с верным определением цели курсов, выбора технологии обучения, содержания и порядка предоставления учебного

материала, ограниченность ресурсной базы в разрезе кадровых, технологических, финансовых, управленческих и прочих ресурсов. Совокупность представленных факторов формирует необходимость концептуального подхода к организации процесса развития профессиональных компетенций персонала отрасли, который бы опирался на потенциал сторонних организаций, способных осуществлять подобную подготовку, учитывал бы тенденции информатизации, доминирующие в обществе и экономике, а также был ориентирован на минимизацию затрат ресурсов и времени при проведении обучающих мероприятий. Данные обобщения были положены в основу интеграционной концепции развития компетенций персонала предприятий общественного питания в рамках электронного обучения (см. рисунок).

В основу интеграционной концепции развития компетенций персонала предприятий общественного питания региона в рамках электронного обучения положены следующие постулаты.

Во-первых, целесообразность формирования интеграционной структуры обучения персонала предприятий общественного питания на основе объединения предприятий отрасли и организаций образования обусловлена совокупностью внешних факторов (организационных, экономических, социальных, технических, информационных). Так, в качестве организационного фактора интеграции следует отметить активное развитие новых форм взаимодействия производственной и непроизводственной сфер экономики, обусловленное необходимостью ответной реакции на высокий уровень конкуренции на рынке. К экономическим факторам, обуславливающим целесообразность интеграционных процессов, следует отнести сокращение транзакционных затрат, эффект масштаба производства, а также рационализацию затрат участников объединения.

Социальные факторы интеграции сопряжены с обеспечением занятости, а также ростом социальных стандартов. Технические факторы стоит объективно связывать с появлением принципиально новых технологий и их активным внедрением в экономику. Информационные факторы интеграции находят проявление в информатизации, совершенствовании информационного обеспечения человека и общества, а также накоплении большого массива научно-технических знаний, требующих внедрения в практику деятельности предприятий.

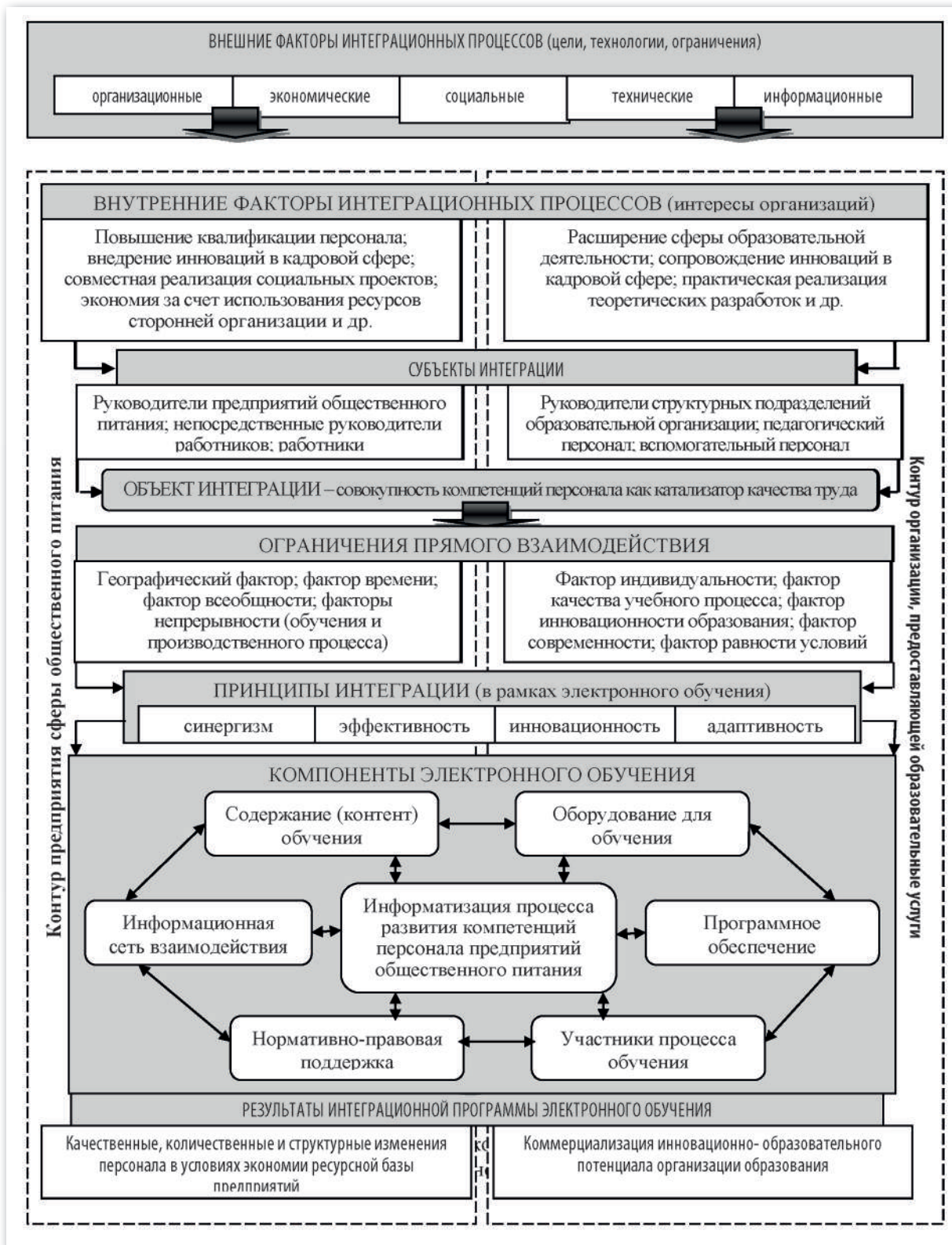


Рисунок — Интеграционная концепция развития компетенций персонала предприятий общественного питания региона в рамках электронного обучения (разработано автором)

Во-вторых, помимо внешних факторов формирования интеграционной структуры развития компетенций персонала, имеют место внутренние факторы, связанные с реализацией непосредственных интересов организаций, входящих в состав объединения. Следует отметить, что основными факторами данной группы являются взаимное дополнение ресурсов, финансовые и маркетинговые мотивы организаций.

Данные факторы нашли отражение в разработанной концепции интеграции. Так, для предприятий сферы общественного питания в качестве основных интересов выделены: повышение уровня компетенций персонала; внедрение инноваций в кадровой сфере; совместная реализация социальных проектов; экономия за счет использования ресурсов сторонней организации. Для предприятий образования такими интересами выступают: расширение сферы образовательной деятельности; сопровождение инноваций в кадровой сфере; практическая реализация теоретических разработок.

В-третьих, применение инструментария электронного обучения в рамках разрабатываемой концепции объективно связано с присутствием факторов ограничения прямого взаимодействия. Для предприятий отрасли к таким факторам относятся: географический фактор, связанный с территориальным размещением предприятий отрасли; фактор времени, сопряженный с отсутствием или минимизацией свободного времени на обучение у работающих сотрудников; фактор всеобщности, обозначающий возможности развития компетенций для персонала всех категорий, возрастных групп, профессий и др.; фактор непрерывности обучения, предполагающий реализацию концепции непрерывного образования и развития компетенций постоянно и без отрыва от производства; фактор непрерывности производственного процесса, обусловленный невозможностью широкомасштабного отвлечения персонала от выполнения служебных обязанностей.

Для образовательных организаций состав ограничивающих факторов определен в следующем составе: фактор индивидуальности, связанный с возможностями построения индивидуальной траектории обучения в соответствии с базовым уровнем обучаемого; фактор качества учебного процесса, связанный с повышением качества учебных материалов при электронном

обучении за счет комплексной работы специалистов; фактор инновационности образования, обусловленный возможностями применения новых образовательных технологий, концепций и моделей обучения, ориентированных на активную познавательную деятельность; фактор современности, предполагающий развитие знаний, умений и навыков в соответствии с передовым опытом; фактор равенности условий, обусловленный равными возможностями развития компетенций персонала предприятий разного размера, географического размещения, организационной структуры.

В-четвертых, совокупность внутренних и внешних факторов, а также ограничений позволили сформировать основные принципы интеграционного взаимодействия предприятий сферы общественного питания и образовательных организаций:

— принцип синергизма состоит в том, что совместное действие элементов системы развития компетенций приведет к возникновению качественно новых свойств и структур, создаст предпосылки превосходства коллективного взаимодействия субъектов интеграции над их индивидуальной деятельностью;

— принцип эффективности заключается в том, что при формировании программ развития компетенций все участники интеграционного процесса должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема ресурсов или достижения наилучшего результата при использовании выделенного объема ресурсов;

— принцип инновационности состоит в ориентации учебного процесса на меняющиеся условия экономики и общества, достижения научно-технического прогресса, предвидение будущих потребностей основных стейкхолдеров (работодателей, потребителей, проверяющих и контролирующих органов);

— принцип адаптивности предполагает наличие потенциальных возможностей улучшения работы организаций за счет совместного определения проблем, перспектив, разработки программ, мотивации персонала к наиболее эффективному обучению и др.

В-пятых, интеграционная реализация процесса развития компетенций персонала может базироваться на использовании электронной среды обучения. Так, объединение информационных модулей кадровой службы организации

с электронной образовательной средой обучающей организации позволит очертить круг дефицитов компетенций персонала, определить необходимые блоки обучения, провести внутреннюю и внешнюю оценку развития компетенций, сформировать подходы к корректировке и совершенствованию обучающих мероприятий посредством автоматизации процессов взаимодействия производственных и образовательных организаций.

Таким образом, интеграционная концепция развития компетенций персонала предприятий

общественного питания региона в рамках электронного обучения отличается от других тем, что:

1) способствует формированию новых организационных форм взаимодействия бизнеса и образования для достижения стратегических целей каждого из секторов взаимодействия;

2) обеспечивает условия развития персонала предприятий общественного питания в ситуации ограничения ресурсной базы;

3) учитывает преимущества электронных образовательных технологий в условиях информатизации экономики и общества.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Управление персоналом организации в условиях цифровизации [Текст]: монография / Н.А. Симченко, О.В. Севастьянова, А.А. Яновская [и др.]. — Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2020. — 365 с.

2. Зинов, В. Менеджмент инноваций: Кадровое обеспечение [Текст] / В. Зинов — М.: Дело, 2005. — 496 с.

3. Древаль М. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий: цифры, факты, инсайты, прогнозы [Электронный ресурс] / М. Древаль // РИС+КИБ, 2017. — Режим доступа: <http://2017.russianinternetforum.ru/news/1290/> (дата обращения: 26.10.2021).

4. Об образовании [Текст]: Закон РФ N 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г.; [принят Государственной Думой 21 декабря 2012 года, одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 года]. — М.: Просвещение, 2012. — 404 с.

5. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 26.12.2017 г. № 1642. — 210 с. — Режим доступа: [https://r1.nubex.ru/s771-df5/f2336\\_ef/ГосПрограмма\\_Развитие%20образования.pdf](https://r1.nubex.ru/s771-df5/f2336_ef/ГосПрограмма_Развитие%20образования.pdf). (дата обращения: 26.10.2021).

6. Федеральный проект «Цифровая образовательная среда» [Электронный ресурс]. — Официальный сайт. — 2021. — Режим доступа: [https://национальныепроекты.рф/projects/obrazovanie/umnaya\\_shkola?utm\\_source=Yandex\\_Search&utm\\_medium=CPC&utm\\_campaign=56246390&utm\\_term=современная%20цифровая%20образовательная%20среда&utm\\_content=obrazovanie&uclid=2008087378463336780](https://национальныепроекты.рф/projects/obrazovanie/umnaya_shkola?utm_source=Yandex_Search&utm_medium=CPC&utm_campaign=56246390&utm_term=современная%20цифровая%20образовательная%20среда&utm_content=obrazovanie&uclid=2008087378463336780). (дата обращения: 26.10.2021).

7. Открытое образование [Электронный ресурс]. — Официальный сайт. — 2021. — Режим доступа: <https://openedu.ru/>. (дата обращения: 26.10.2021).

8. Об утверждении порядка реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий [Электронный ресурс]: Приказ Министерства образования и науки

Донецкой Народной Республики от 12.06.2017 г. № 608. — 2 с. — Режим доступа: <http://mondnr.ru/dokumenty/prikazy-mon/send/4-prikazy/2318-prikaz-608-ot-12-06-2017-g>. (дата обращения: 26.10.2021).

9. Об утверждении порядка реализации образовательных программ высшего профессионального образования с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий [Электронный ресурс]: Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 14.08.2017 г. № 829. — 4 с. — Режим доступа: <http://mondnr.ru/dokumenty/prikazy-mon/send/4-prikazy/2371-prilozhenie-k-prikazu-829-ot-14-08-2017-g>. (дата обращения: 26.10.2021).

10. Об утверждении порядка реализации образовательных программ среднего профессионального образования с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий [Электронный ресурс]: Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 28.08.2019 г. № 1208. — 2 с. — Режим доступа: <http://mondnr.ru/dokumenty/prikazy-mon/send/4-prikazy/3751-prikaz-1208-ot-28-08-2019-g>. (дата обращения: 26.10.2021).

11. О реализации образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий общего и дополнительного образования детей в период действия режима повышенной готовности (в новой редакции) [Электронный ресурс]: Письмо Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 07.04.2020 г. № 1142/18.1-27. Режим доступа: <http://mondnr.ru/dokumenty/prikazy-mon/send/7-pisma/3980-pismo-1142-18-1-27-ot-07-4-2020-g>. (дата обращения: 26.10.2021).

12. О реализации дополнительных профессиональных программ с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий [Электронный ресурс]: Письмо Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 15.09.2017 г. № 4415/21-58. — 1 с. — Режим доступа: <http://mondnr.ru/dokumenty/prikazy-mon/send/7-pisma/2374-pismo-4415-21-58-ot-15-09-2017-g>. (дата обращения: 26.10.2021).

## МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные меры поддержки малого и среднего бизнеса в условиях пандемии, пути их получения и проблемы связанные с этим. В период с марта 2020 года по настоящий момент данная тема наиболее актуальна для экономических субъектов Российской Федерации.

**Ключевые слова:** пандемия, меры поддержки, малый и средний бизнес, государственная поддержка, льготное кредитование.

*Zaugarova Evgeniya V.*

Assistant Prof., PhD  
Department of Accounting and Analysis  
Saint-Petersburg State University of Economics

## MEASURES OF STATE SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

**Summary.** The article discusses the main measures to support small and medium-sized businesses in the context of a pandemic, the ways to obtain them and the problems associated with this. In the period from March 2020 to the present, this topic is most relevant for the economic subjects of the Russian Federation.

**Keywords:** pandemic, support measures, small and medium-sized businesses, government support, concessional lending.

В современных условиях в период с марта 2020 года по настоящее время особое значение для участников реального сектора экономики получил вопрос государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Период пандемии — это сложное время не только для каждого жителя нашей страны, но и для каждого участника бизнеса, как юридического лица, так и индивидуальных предпринимателей Российской Федерации.

В Российской Федерации в 2020 году был определен перечень отраслей, наиболее пострадавших от коронавируса, данный перечень постоянно увеличивается и пополняется новыми сферами деятельности в связи с продолжительностью пандемии. По состоянию на октябрь 2021 года к ним относятся:

- транспортная деятельность;
- культура, организация досуга и развлечений;
- деятельность туристических агентств и прочих организаций, представляющих услуги в сфере туризма;

- гостиничный бизнес;
- общественное питание;
- деятельность организаций дополнительного образования, негосударственные образовательные учреждения;
- деятельность по организации конференций и выставок;
- деятельность по предоставлению бытовых услуг населению;
- деятельность в области здравоохранения;
- розничная торговля непродовольственными товарами;
- средства массовой информации и производство печатной продукции.

Следует отметить, что несмотря на то, что данный перечень включает многие сферы, пострадали в период пандемии все участники реального сектора экономики. В большей степени в период локдауна в 2020 г., после объявления Президентом РФ В.В. Путиным нерабочих дней с сохранением заработной платы, пострадали работодатели из всех отраслей экономики и всех

форм собственности, имеющие сотрудников. Так как отсутствие дохода в связи с вынужденными выходными привело к необходимости выплаты денежных средств сотрудникам либо из оставшихся средств на счетах, либо путем внесения собственных средств учредителей, либо путем взятия кредитов. За период локдауна многие организации были вынуждены сокращать штат работников или вовсе подавать на банкротство, индивидуальные предприниматели так же закрывали свои ИП. Долги организациями, накопленные за тот период, до сих пор не закрыты, многие организации спустя год после локдауна только восстанавливают свои обороты и выходят из убытка. Исходя из опросов, проведенных ООО «Консалтинговая Группа «Научное Деловое Сотрудничество» среди своих клиентов, 90% опрошенных компаний на сегодняшний день либо имеют задолженности перед контрагентами, либо путем активной деятельности сумели довести расходы до нуля.

С 30 октября 2021 года по 7 ноября 2021 года снова объявлены нерабочие дни с сохранением заработной платы по Российской Федерации в целом, однако регионы могут продлить их на неопределенный срок.

В 2020 году к мерам поддержки МСП отнеслись:

- сроки сдачи отчетности, которые были перенесены и продлены в связи с нерабочими днями для всех компаний и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных на территории РФ;

- налоговые каникулы для организаций из пострадавших отраслей экономики на 3 месяца;

- поддержка системообразующих компаний, которые включают субсидии на выплату заработной платы, отсрочки по оплате налогов, при падении выручки на срок до 5 лет, государственные гарантии по кредитам;

- продление срока уплаты налогов для представителей малого и среднего предпринимательства на 6 месяцев для пострадавших отраслей;

- снижение страховых взносов с заработной платы до 15% при условии уровня оплаты труда выше МРОТ;

- снижение обязательных взносов индивидуальных предпринимателей в пострадавших отраслях за себя на 12 130 рублей за 2020 год;

- мораторий на налоговые санкции до 1 июня 2020 года за непредставление документов для всех организаций;

- мораторий на проведение выездных проверок всех участников рынка до 1 июня 2020 года;

- корректировка сроков истребования документов ФНС до 31 мая 2020 года;

- освобождение полученных субсидий от налогов для представителей малого и среднего предпринимательства;

- освобождение от удержания НДФЛ дополнительных выплат медицинским сотрудникам;

- освобождение от НДФЛ доходов индивидуальных предпринимателей в виде субсидий;

- приостановка взыскания образовавшихся налоговых задолженностей для представителей МСП из пострадавших отраслей экономики до 31 мая 2020 года;

- принятие к расходам затрат на приобретение медицинских изделий для диагностики или лечения новой коронавирусной инфекции;

- отражение нерабочих дней и их учет в налоговых целях;

- беспроцентные кредиты на 6 месяцев для представителей МСП и некоммерческих организаций из пострадавших отраслей экономики;

- субсидии на выплату заработной платы в размере 12 130 рублей на каждого сотрудника для малых и средних организаций и индивидуальных предпринимателей;

- отсрочка по арендным платежам, включая государственное, муниципальное и частное имущество, либо снижение уровня арендной платы для коммерческой недвижимости;

- беспроцентные кредиты на выплату заработной платы на 6 месяцев для представителей МСП и некоммерческих организаций из пострадавших отраслей экономики;

- дистанционное открытие счетов в банках для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц;

- кредитные каникулы для представителей МСП из пострадавших отраслей экономики на 6 месяцев;

- кредитная линейка на поддержание оборотных средств и сохранение рабочих мест для системообразующих предприятий;

- дистанционное оказание финансовых услуг;

- мораторий на банкротство для пострадавших отраслей экономики и системообразующих предприятий;

- перенесение сроков выплаты дивидендов за 2019 год всем участникам экономики;



— отмена или частичная отмена санкций по отдельным государственным контрактам;

— особый порядок получения больничных листов и выплат по ним.

В ноябре 2021 года вступило в силу новое Постановление Правительства РФ от 28.10.2021 № 1850 в соответствии, с которым меняются меры поддержки предпринимательства и условия их получения.

С ноября по декабрь 2021 года субъекты малого и среднего предпринимательства и социально-ориентированные некоммерческие организации получили возможность оформления льготных кредитов по программе ФОТ 3.0, которые осуществляют деятельность в особо пострадавших отраслях экономики. В данной программе также смогут принять участие новые организации, созданные в период с 1 июля 2020 года по настоящее время и представители крупного бизнеса сферы общественного питания и культуры. Также организации смогут получить кредиты под 3% годовых на льготных условиях.

Каждая организация, относящаяся к малому и среднему предпринимательству, а также социально-ориентированные некоммерческие организации из пострадавших отраслей экономики смогут в ноябре и декабре 2021 года получить гранты из расчета одного МРОТ на каждого сотрудника организации, в том числе индивидуальные предприниматели без сотрудников.

Данные меры поддержки являются значимыми для представителей пострадавших отраслей экономики, однако следует отметить проблемы получения данной поддержки, с которыми столкнулись организации на практике. Получение мер государственной поддержки стало затруднительным в связи с требованиями, которым организации должны соответствовать.

Первостепенной проблемой, с которой столкнулись организации, стал тот факт, что определение отрасли, к которой относится организация (пострадавшей или нет), осуществляется на основании только основного вида деятельности, зарегистрированного в МИФНС. Так, к примеру, организация, клиент ООО «Консалтинговая Группа «Научное Деловое Сотрудничество», основной и единственный доход которой составляет деятельность по организации горячего питания пациентов в государственных больницах Ленинградской области, не смогла получить субсидии и гранты в качестве государственной поддержки на выплату заработной платы в связи

с тем, что основной вид деятельности организации оптовая торговля продуктами питания не подлежит в соответствии с перечнем пострадавших отраслей и ОКВЭД к таковым. Следует отметить, что в штате организации 89 сотрудников, осуществляющих на протяжении 10 лет приготовление горячего питания пациентов.

Второй проблемный аспект, с которым столкнулись предприниматели Санкт-Петербурга и Ленинградской области, стал перенос сроков сдачи отчетности. Так Фонд Социального Страхования Санкт-Петербурга на своем сайте отразил перенос сроков подачи подтверждения основного вида деятельности на 6 мая 2020 года, на основании которого определяется процент по взносам для организаций на текущий 2020 год. Однако на практике при подаче подтверждения 6 мая 2020 или до наступления данной даты, ФСС отмечал сдачу позже срока и, соответственно, устанавливал максимальные проценты для организации. По результатам полученных повышенных ставок для клиентов сотрудниками ООО «КГ «НДС» был направлен запрос о предоставлении разъяснений ФСС в связи с корректным формированием документов в установленный срок. Решение Фонда социального страхования об установлении максимальных процентных ставок обосновывалось в ответном письме регистрацией организаций на сайте Центра развития предпринимательства и промышленности и сообщения в ЦРПП о продолжении деятельности. Регистрацию и подачу заявления о продолжении или возобновлении деятельности необходимо было осуществить всем юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, зарегистрированным на территории Санкт-Петербурга, для получения QR-кода компании и возможности осуществления деятельности. Соответственно организации Санкт-Петербурга пострадали от некорректной формулировки на сайте Фонда социального страхования и отсутствия разъяснений об отмене переноса сроков.

Получение субсидий и грантов в качестве государственной поддержки могут получить компании, осуществляющие деятельность в пострадавших отраслях, только при условии, что уровень оплаты труда в организации выше уровня МРОТ по региону, однако если сотрудник работает неполную неделю, и уровень оплаты у него в соответствии с законодательством РФ может быть меньше МРОТ, то на поддержку организации рассчитывать не могут.

В части отсрочки платежей по аренде или снижению уровня арендных платежей частных коммерческих помещений так же возникли сложности. Организации, индивидуальные предприниматели и физические лица, сдающие частную и коммерческую недвижимость, отказывали арендаторам в рекомендованных Правительством мерах поддержки в связи с отсутствием их материальной поддержки от государства. Арендодателям было рекомендовано снизить свой доход без возмещения государством данных потерь.

Выдача кредитов на льготных условиях осуществляется на данный момент только банками, участвующими в государственной программе поддержки малого бизнеса, однако для получения кредита организации необходимо иметь в данном банке расчетный счет, а в некоторых банках еще и зарплатный проект.

Следует отметить, что многие организации после утверждения перечня пострадавших отраслей, скорректировали основные виды деятельности и пользуются льготами и субсидиями, не имея отношения к пострадавшим отраслям.

Все меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства вызвали бурные обсуждения у бухгалтеров в связи с возникшими спорными моментами в их отражении.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что государственная поддержка малого и среднего предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организации на сегодняшний день достаточно обширная, однако для поддержки и осуществления деятельности организациями, которые не вошли в перечень пострадавших отраслей, необходимо скорректировать критерии для их получения, так как в результате пандемии пострадали абсолютно все сферы экономики. Оплата труда в нерабочие дни осуществляется всеми организациями, и пострадавшими и нет, однако в пострадавших отраслях государство компенсирует данные затраты, а для остальных организаций финансирование осуществляется за счет прибыли компании и из личных средств учредителей и владельцев бизнеса. Это приводит к истощению финансовой независимости организации и сокращению штата сотрудников.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Заугарова Е.В. Применение технологий анализа «big data» для финансовых данных // Цифровые экосистемы устойчивого развития экономических субъектов и бизнес-анализ / Василенко Н.В., Глухих И.Н., Дадаева Б.Ш., Заугарова Е.В., Карачева А.А., Ларионова Ю.В., Осипов М.А., Островская О.Л., Петрова Е.Е., Подшивалова М.М., Сисина Н.Н., Толстолесова Л.А., Уманцева Л.В., Штиллер М.В., Юманова Н.Н. / под ред. М.А. Осипова. — Санкт-Петербург, 2021. — С. 124–135.

2. Заугарова Е. В., Селезнев К. Б. Практические аспекты восстановления бухгалтерского и налогового учета // Профессия бухгалтера — важнейший инструмент эффективного управления сельскохозяйственным производством. Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции, посвященной памяти проф. В.П. Петрова. — 2019. — С. 93–102.

3. Заугарова Е.В. Восстановление и ведение бухгалтерского, налогового учета оплаты труда и кадрового учета в 2021 году // Профессия бухгалтера — важ-

нейший инструмент эффективного управления сельскохозяйственным производством. Сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора В.П. Петрова. — Казань, 2021. — С. 80–87.

4. Клычова Г.С., Клычова А.С., Заугарова Е.В., Юсупова Р.И. Оптимизация размеров материально-производственных запасов на предприятии // Актуальные проблемы бухгалтерского учета и аудита в условиях стратегического развития экономики. Сборник научных трудов по материалам Всероссийской (национальной) научно-практической конференции молодых ученых. — 2020. — С. 84–88.

5. Zakirova A., Klychova G., Zaugarova E., Sungatullina R., Klinova E. Development of a methodological tool for internal control to increase the efficiency of use of fixed assets // В сборнике: E3S Web of Conferences. Ser. "Ural Environmental Science Forum "Sustainable Development of Industrial Region", UESF 2021" 2021.

*Кальченко Ольга Александровна*

к.э.н., доцент

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
o.kaltchenko@mail.ru

*Нурулин Юрий Рифкатович*

д.т.н., профессор

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
yury.nurulin@gmail.com

*Скворцова Инга Викторовна*

к.т.н., доцент

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
ingaskvor@list.ru

## ОБЩЕЕ ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ И ФИНЛЯНДИИ — КОРОЛЕВСКАЯ ДОРОГА

**Аннотация.** «Королевская дорога» — историческая трасса Санкт-Петербурга — Хельсинки, которая связывала столицы Российской империи и Великого Княжества Финляндского. «Королевская дорога» была широко известна как туристический маршрут, развиваемый в рамках нескольких национальных и международных проектов. В начале 2000-х годов проект «Королевская Дорога — Россия», получивший финансирование программы ТАСИС. С 2021 года — проект «Возрождение Королевской Дороги: новое измерение и цифровые инструменты» программы приграничного сотрудничества «Россия — Юго-Восточная Финляндия 2014–2020».

**Ключевые слова:** Королевская дорога, Россия, Финляндия, международные проекты, историческое наследие.

*Kalchenko Olga A.*

Assistant Prof., PhD

Institute of Industrial Management, Economics and Trade  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

*Nurulin Yury R.*

Holder of an Advanced Doctorate (Doctor of Science) in Engineering Sciences, Professor

Institute of Industrial Management, Economics and Trade  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

*Skvortsova Inga V.*

Assistant Prof., PhD

Institute of Industrial Management, Economics and Trade  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

## KING'S ROAD — THE COMMON HISTORICAL HERITAGE OF RUSSIA AND FINLAND

**Summary.** King's Road is a historic St. Petersburg — Helsinki route that connected the capitals of the Russian Empire and the Grand Duchy of Finland. King's Road was widely known as a tourist route developed within several national and international projects. In the early 2000s — the project "King's Road — Russia", which received funding from the TACIS program. Since 2021 — the project "King's Road Renaissance: new dimension and digital tools" of the Cross-border cooperation programme "South — East Finland — Russia 2014–2020".

**Keyword:** King's Road, Russia, Finland, international projects, historical heritage.

King's Road («Королевская Дорога») — относится к исторической трассе Санкт-Петербурга — Хельсинки, которая связывала столицы Российской империи и Великого Княжества Финляндского [1].

«Королевская дорога» на протяжении веков оказывала влияние на эволюцию приграничного региона (Россия — Финляндия), и ее влияние на жизнеспособность региона неоспоримо [2, 3]. Сохранение нашей общей истории, культурной

ценности и экономики, требует все более и более глубокого сотрудничества между приграничными регионами и участниками. Одним из международных проектов в начале 2000-х годов был «Королевская Дорога — Россия», получивший финансирование программы ТАСИС (TACIS — с англ. Техническая помощь Содружеству Независимых Государств — программа Европейского союза, направленная на содействие ускорения процесса экономических реформ в странах СНГ в 1991–2007 годах). В рамках проекта было предусмотрено восстановление старого почтового тракта. На российском участке трассы были отреставрированы и отремонтированы достопримечательности, гостиницы. Также в рамках проекта были разработаны совместные турпродукты: «Столицы Королевской дороги» и «Пункты маршрута Королевская дорога», а также издан справочник для туроператоров, содержащий тематические экскурсионные модули на английском языке [5].



Рисунок — Логотип проекта «Королевская дорога» [8]

«Королевская дорога» как маршрутный бренд, связывающий Финляндию и Россию, как в экономическом, так и в культурном плане, был довольно известен несколько лет назад благодаря усилиям по развитию туризма и инновационного бизнеса на маршруте и реализации множества малых и крупных национальных и международных проектов.

На данный момент уровень известности маршрута, его культурно-исторической ценности и привлекательности для развития туризма существенно снизился. Особенно это проявляется по отношению к уникальным объектам на российской части «Королевской Дороги», где информация о ранее проведенных мероприятиях разбросана по веб-сайтам отдельных туристических компаний и практически не обновляется по завершении ранее реализованных проектов [4]. В результате поиска по ключевым словам, было

найден, что группа компаний «Серебряное кольцо» проводит экскурсию «По Королевской дороге от Сестрорецка до Приморска», в которой рассказывается история территорий, по которым пролегает путь.

В 2021 году стартовал проект KS11135 «King's Road Renascence: new dimension and digital tools» (с англ. — «Возрождение Королевской Дороги: новое измерение и цифровые инструменты») программы приграничного сотрудничества «Россия — Юго-Восточная Финляндия 2014–2020». Идея проекта заключается в использовании современных онлайн инструментов и сервисов для сохранения и развития общего исторического наследия России и Финляндии и использования его для развития туристической отрасли двух стран. Проект направлен на объединение культурной истории «Королевской Дороги» с современными высокотехнологичными решениями с целью популяризации экономической и исторической ценности территорий, к ней примыкающих. Дорога на протяжении веков влияла на эволюцию региона, и сегодня ее влияние на жизнь региона может качественно измениться за счет использования информационно-коммуникационных технологий и онлайн сервисов.

Проект «Возрождение Королевской Дороги: новое измерение и цифровые инструменты» направлен на объединение культурной истории «Королевской дороги» с современными высокотехнологичными решениями с целью популяризации экономической и исторической ценности региона.

Дорога на протяжении веков влияла на эволюцию региона, и ее влияние на жизнеспособность региона неоспоримо [6]. Проект направлен на то, чтобы принести новейшие технологии VR / AR на благо предприятий и туристов в этом районе. Планируется, что проект повысит конкурентоспособность, возможности и компетенцию, а также определит новые деловые возможности для малого и среднего бизнеса в области тематики проекта.

Среди планируемых результатов деятельности проекта — создание международной совместной виртуальной дорожной платформы, которая повышает осведомленность о новых деловых возможностях и потенциале, предлагаемых регионом «Королевской дороги»; улучшает возможности для сотрудничества с другими участниками и продвижения бизнеса, упрощает поиск

необходимой информации и услуг для пользователей и предприятий.

Цель проекта — создать новый цифровой инструмент для поддержки и развития важных экономических и исторических ценностей, который можно легко адаптировать и использовать для нужд других регионов [7].

В рамках проекта также планируется проведение семинаров для экспертов и заинтересованных сторон с ознакомительной поездкой по «Королевской дороге», а также мероприятия по повышению осведомленности и привлекательности региона — таких как King's Road Show для бизнеса, туристического сектора и пользователей.

Партнеры проекта организуют интенсивные курсы и консультации для предприятий малого и среднего бизнеса по вопросам использования

цифровых инструментов и решений для своего бизнеса. Специалисты из университетов (СПбПУ и ХАМК) разработают методологию и инструкции для компаний туристического сектора по использованию и использованию цифровых технологий и инструментов в их бизнесе, а также привлекут студентов к предоставлению материалов российской стороны «Королевской дороги» для использования в разработке виртуальной интерактивной платформы.

Целью цифровой платформы является объединение информации об истории и текущей ситуации в районе «Королевская дорога» в одном месте и предоставление ее пользователям. В рамках платформы Virtual King's Road будет разработана интерактивная карта, которая будет включать возможность получения более подробной информации о локациях.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варгина Т. В. Серебряное кольцо России — Скандинавии // Промышленное и гражданское строительство. — 2008. — №. 1. — С. 26–27.
2. Волчецкая Т.С., Малевски Г.М., Ренер Н.А. Об авторах // BALTIJSKIJ REGION 2017 Volume 9. — 2017. — С. 125.
3. Востров А.В. Почтовая дорога Великого княжества Финляндского как фактор традиционного шведского влияния // Санкт-Петербурга и страны Северной Европы. — 2019. — №. 21. — С. 93–100.
4. Лавров В.В. Совершенствование методических и методологических подходов к управлению развитием туризма в странах Скандинавии. — СПб.: СПбГИКиТ, 2018. — 240 с.
5. Степанова С.В. Трансграничные туристские маршруты: возможности Северо-запада России // Балтийский регион. — 2017. — Т. 9. — №. 4.
6. Щелканова Г.В. Оценка роли туризма в экономике страны и определение места туризма в структуре народного хозяйства (на примере Финляндии) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле. — 2003. — №. 3.
7. Королевская дорога: возрождение, новое измерение и цифровые инструменты [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.xamk.fi/ru/project/korolevskaja-doroga/> (дата обращения: 30.10.2021).
8. Стартовал проект Королевская дорога: возрождение, новое измерение и цифровые инструменты [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.xamk.fi/ru/rnd-blog/startoval-proekt-korolevskaya-doroga-vozrozhdenie-novoe-izmerenie-i-tsifrovye-instrumenty/> (дата обращения: 20.10.2021).

*Крылова Людмила Вячеславовна*

к.т.н., доцент  
кафедра сервиса и гостиничного дела  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского  
koteika2205@mail.ru

*Кульбида Анастасия Александровна*

ассистент  
кафедра сервиса и гостиничного дела  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского  
nasty.voloshenko@yandex.ua

## ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В работе выявлены проблемы гостиничного бизнеса в период кризиса пандемии на основании изучения тенденций потребительского поведения. Итогом работы является построение модели планирования оперативной деятельности гостиничных предприятий, с учетом проблем и тенденций поведения потребителей, в период кризиса.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, туризм, пандемия, COVID-19, потребители, тенденции, гостиничные предприятия.

*Krylova Lyudmila V.*

Assistant Prof., PhD  
Department of Service and Hotel Business  
Donetsk National University of Economics and  
Trade named after M. Tugan-Baranovsky

*Kulbida Anastasia A.*

Assistant  
Department of Service and Hotel Business  
Donetsk National University of Economics and  
Trade named after M. Tugan-Baranovsky

## CONSUMER BEHAVIOR TRENDS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

**Summary.** The work identified the problems of the hotel business during the pandemic crisis based on the study of trends in consumer behavior. The result of the work is the construction of a planning model for the operational activities of hotel enterprises, taking into account the problems and trends of consumer behavior during the crisis.

**Keywords:** hospitality industry, tourism, pandemic, COVID-19, consumers, trends, hotel enterprises.

Деятельность в сфере изучения потребительского поведения в индустрии гостеприимства как важнейшая функция в этой области должна обеспечивать постоянное, устойчивое, конкурентоспособное функционирование и развитие того или иного субъекта системы маркетинга на рынке индустрии с учетом состояния внутренней и внешней среды предприятия [1].

Рассмотрению вопросов, посвященных изучению теоретических аспектов потребительского поведения, посвящены работы ученых: Энджела Д.Ф., Блэкуэлла Р.Д., Миниарда П.У.

[9], Алешиной И.В. [1], Романенковой О.Н. [7], Воронковой О.В. [2], Голубкова Е.П. [3], Демидова А.М. [4], Дуровича А. П. [5], Ефимовой О.П. [6] и Уманской Л.К. [8]. Данные труды ориентированы на изучение общих принципов потребления, маркетинговые стратегии, факторы и модели. В них раскрываются примерные модели процесса принятия решения потребителями, их индивидуальные различия и т. д. Они описывают влияние рекламы и других маркетинговых коммуникаций на потребителей в целом для рынка товаров массового потребления, не учитывая

особенности предложения на рынке услуг в сфере гостеприимства.

Согласно с исследованием [1], потребительское поведение — это изучение индивидов и организаций, а также того, как они выбирают и используют товары и услуги, и связано с психологией, мотивацией и поведением.

Исследование потребительского поведения является динамичным, так как с каждым днем появляются все более новые и прогрессивные способы и технологии выявления, оценки и влияния на потребителей [9].

Деятельность в сфере изучения потребительского поведения в индустрии гостеприимства, как важнейшая функция в этой области, должна обеспечивать постоянное, устойчивое, конкурентоспособное функционирование и развитие того или иного субъекта системы маркетинга на рынке индустрии, с учетом состояния внутренней и внешней среды предприятия [1, с. 1].

В настоящее время исследования в области маркетинга, а именно изучение потребительского поведения, развиваются очень интенсивно на рынке потребительских товаров. Однако, знания о потребительском поведении, используемые для продвижения товаров бытового назначения, невозможно в полной мере применять для исследования предпочтений потребителей рынка услуг, а именно в индустрии гостеприимства. Маркетинговая политика организации, занятой в сфере предоставления обслуживания, имеет существенные отличия от политики той компании, которая работает с товарами. Отличительная особенность гостиничной услуги состоит в том, что она может существовать только при взаимодействии потребителя и производителя этой услуги. Особое влияние оказывает тот факт, что имеется ряд отличий услуг от товаров бытового назначения.

Однако изучение потребительского поведения на сегодняшний день приняло новый оборот, связанный с возникновением кризиса пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. Данный кризис затронул различные сектора народного хозяйства, однако наибольшие изменения претерпевает туризм и гостиничный бизнес.

Современные реалии диктуют новые тенденции выбора у потребителей индустрии гостеприимства. Так, данные тенденции основаны на всеобъемлющей потребности в безопасности и защите от вирусных заболеваний как на уровне обычных граждан, так и на уровне государства.

В некоторых странах мира таких как, например, Испания, Италия, Россия, правительством были предприняты меры по закрытию отелей и других средств размещения на период самоизоляции, однако существуют и такие, которых не коснулись подобные распоряжения. Согласно многочисленным исследованиям известно, что загрузка гостиничного фонда упала до 4–5%, чему способствовали отмена поездок деловых путешественников, крупных мероприятий в режиме офлайн, авиарейсов и путешествий, закрытие границ, а также отсутствие финансовых возможностей у потребителей услуг гостиничного бизнеса. Однако, после открытия границ в Европе процент загрузки стал постепенно увеличиваться (около 40%), в то время как в США и Китае этот показатель является выше и составляет около 50%. Потребители массово переходят к услугам гостиниц эконом класса.

Положительным моментом для гостиниц является не полный отказ потенциальных потребителей от приобретения их услуг, а перенос брони к концу 2021 года, либо на 2022 год. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что гостиницы, осуществляющие деятельность в режиме клубного отдыха (таймшер), имеют ряд преимуществ: покупка модуля в таких средствах размещения осуществляется заранее, а также существует возможность обмена своего модуля в средстве размещения данного клуба, но в другой территориальной локации, таким образом, осуществляя региональный туризм. На сегодняшний день региональный (внутренний) туризм отличается довольно высоким уровнем загрузки номерного фонда в странах Европы (40–60%).

В связи с введением новых санитарно-эпидемиологических мер приобретают популярность средства размещения с возможностями социального дистанцирования, например, кемпинги, глэмпинги, бунгалы, юрты и др. Так, например, данные типы средств размещения основаны на индивидуальном размещении гостей, без пересечений больших масс людей с организацией предоставления услуг на свежем воздухе. Для таких предприятий характерны такие потребности гостей как:

- удаленность от цивилизации, местонахождение обязательно в красивом и часто труднодоступном месте;
- шикарный вид из окна;
- аутентичность;

— комфортное размещение в условиях первозданной природы;

— экологичный туризм и заботливое отношение к природе.

Организация досуга в разрезе рассмотренных потребностей может быть представлена такими видами услуг как: треккинг, паропланы, поездки на лошадях и прочее.

Строительство новых гостиниц в период самоизоляции было приостановлено, что положительно сказывается на конкурентоспособности уже существующих предприятий данного сектора народного хозяйства. Однако негативно влияет на ассортимент выбора потенциальных гостей и финансовые потери со стороны заказчиков строительства.

По мере того, как потребители во всем мире приспосабливаются к существующим реалиям жизни в период пандемии, в настроениях и поведении потребителей наблюдаются значительные изменения. В результате существуют значительные различия в том, как потребители реагируют на кризис и адаптируются к жизни во время него.

На протяжении всего кризиса международная консалтинговая компания McKinsey [10] проводит опросы потребителей по всему миру, чтобы понять влияние COVID-19 на потребительские настроения и поведение. Опросы осуществляются в режиме онлайн на местных языках еженедельно, раз в две недели или ежемесячно, в зависимости от региона. В каждой стране результаты отбираются и взвешиваются для установления репрезентативного баланса класса потребителей на основе переменных, включая возраст и социально-экономический статус.

Согласно исследованиям [10], основными тенденциями в области потребительского поведения, которые возникли в период пандемии, являются:

— переход к ценностям и предметам первой необходимости;

— изменение лояльности потребителей;

— ведение домоседского образа жизни;

— переход к цифровым технологиям;

— снижение расходов на отдых и путешествия.

Переход к ценностям и предметам первой необходимости выражается в изменении потребительских настроений относительно приобретения товаров и услуг. Намерения потребителей напрямую зависят от уровня оптимизма, который различается в зависимости от страны, в которой они проживают. Потребителям в Китае, Индии

и Индонезии присущ более высокий его уровень, чем в остальном мире [10]. Данный показатель зависит от экономических условий стран, в которых проживают потребители. Так, уровень оптимизма снизился во всех европейских странах, за исключением Италии, что соответствует росту числа подтвержденных случаев заболевания с конца июля 2020 года.

Типичные настроения также отражаются на намерениях расходования средств по разным категориям. В большинстве стран потребители намерены продолжать расходовать свои средства на предметы первой необходимости, сокращая при этом большинство дискреционных категорий. Однако в Китае и Индии расходы вновь выходят за рамки продуктовых и бытовых товаров. Китайские потребители планируют увеличить расходы на дискреционные категории, такие как путешествия и одежда, предполагая, что страна находится на пути к восстановлению после кризиса пандемии. В Индии потребители сообщают о более высоком намерении тратить денежные средства по разным категориям, особенно при подготовке к предстоящим мероприятиям и свадебному сезону, который длится с октября по декабрь. Таким образом, предприятиям индустрии гостеприимства необходимо гибко регулировать предложение, исходя из изменяющихся финансовых возможностей потенциальных гостей.

Потребители во всем мире отреагировали на кризис и связанные с ним изменения привычного потребительского поведения, испробовав различные покупательские модели поведения и выразив высокое намерение (65% и более) продолжать использовать эти модели поведения в будущем. Выяснилось, что во время карантина каждый второй потребитель сформировал новую привычку в онлайн-потреблении, которой будет пользоваться и после эпидемии, а некоторые из них расценили вынужденное социальное дистанцирование, как хорошую возможность изменить образ жизни.

Учитывая измененную ценовую чувствительность потребителей, стоимость остается основной причиной для потребителей в желании использовать услуги новых брендов, а также новые места для покупок. Помимо стоимости удобство и доступность чаще всего упоминаются в качестве главных факторов принятия потребителями решений. Однако, такие характеристики как качество и цель (например, желание поддержать местный бизнес) являются более важными факторами при выборе новых брендов (см. таблицу 1).



Весомость причин для использования новых брендов (составлена авторами)

Причины для использования новых брендов	США	Мексика	Бразилия	Южная Африка	Великобритания	Франция	Германия	Испания	Италия	Индия	Япония	Китай	Индонезия	Россия
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Доступность	2	3			2		2		2				3	
Удобство				2										
Цена	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Качество	3		2		3	2	3	2	3	2	2	2	2	
Цели		2	3	3		3		3		3		3		2
Здоровье											3			3

Примечания: 1 — на первом месте;

2 — на втором месте;

3 — на третьем месте

Потребители во всем мире находятся на совершенно разных этапах возобновления деятельности вне дома. В Китае более 80% потребителей сообщают, что регулярно занимаются деятельностью вне дома. В странах с более строгими государственными мерами изоляции, таких как Мексика и Бразилия, очень низкий процент потребителей сообщает о возобновлении привычной деятельности.

Намерение потребителей участвовать в деятельности вне дома варьируется в зависимости от показателей и страны, в которой они проживают. Большинство из них намереваются покинуть дом для покупки предметов первой необходимости и сохраняют низкую вовлеченность в приобретение дополнительных товаров и услуг. Вовлеченность в путешествия на самолетах также остается довольно низкой, из чего следует, что международная туристическая активность и спрос на гостиничные услуги окажется неудовлетворительным. В соответствии с показателями восстановления только Китай является исключением, поскольку большинство потребителей намерены заниматься более чем половиной привычных видов деятельности. Поэтому предприятиям гостиничного хозяйства необходимо учитывать данный факт и разработать комплекс мероприятий для привлечения потенциальных потребителей из Китая и стран, которые находятся в посткризисном состоянии.

Высокий уровень использования цифровых технологий сохраняется в разных странах, по-

скольку потребители в большинстве стран мира сохраняют низкую вовлеченность в деятельность вне дома. Категории продуктов питания и бытовых товаров показали в среднем более чем 30-процентный рост онлайн-клиентской базы. Данный рост также характерен и для гостиничного бизнеса. В период пандемии значительно увеличилось количество онлайн-сервисов бронирования, регистрации и обратной связи.

Снижение расходов на отдых и путешествия способствует тому, что потребители в большей степени ориентируются на ценовую политику предприятия индустрии гостеприимства.

По сравнению с прошлым годом потребители во всем мире планируют сократить расходы на отдых и путешествия и даже в тех странах, где в последние месяцы наметились признаки увеличения финансовых расходов. Единственным исключением является Китай, где все большее количество потребителей сообщают о тенденции роста их расходов [10].

Таким образом, рассмотренные ранее тенденции сказываются на характере выбора потенциальными гостями предприятий гостиничного бизнеса.

Учитывая текущие мировые тенденции и состояние гостиничного бизнеса, включая все вышеперечисленные проблемы, для поддержания стабильного экономического состояния до момента разрешения кризисной ситуации необходимо составить модель планирования оперативной деятельности предприятия на ближайший период.

Данная модель построена путем сопоставления негативных факторов влияния на гостиничный бизнес и внедрения бизнес-процессов оперативной деятельности предприятий для поддержания стабильного экономического состояния в период кризиса пандемии (см. рисунок).

От эффективности бизнес-процессов напрямую зависит конкурентоспособность и прибыльность компании.

Со своей стороны, можно сформулировать понятие бизнес-процессов, как комплекс мероприятий по поддержанию оптимальной экономической деятельности предприятий индустрии гостеприимства в современных условиях.

Бизнес-процессы оперативной деятельности предприятия и области ответственности от гостиничного предприятия, которые отвечают за каждый процесс, представлены в виде таблицы (см. табл. 2).

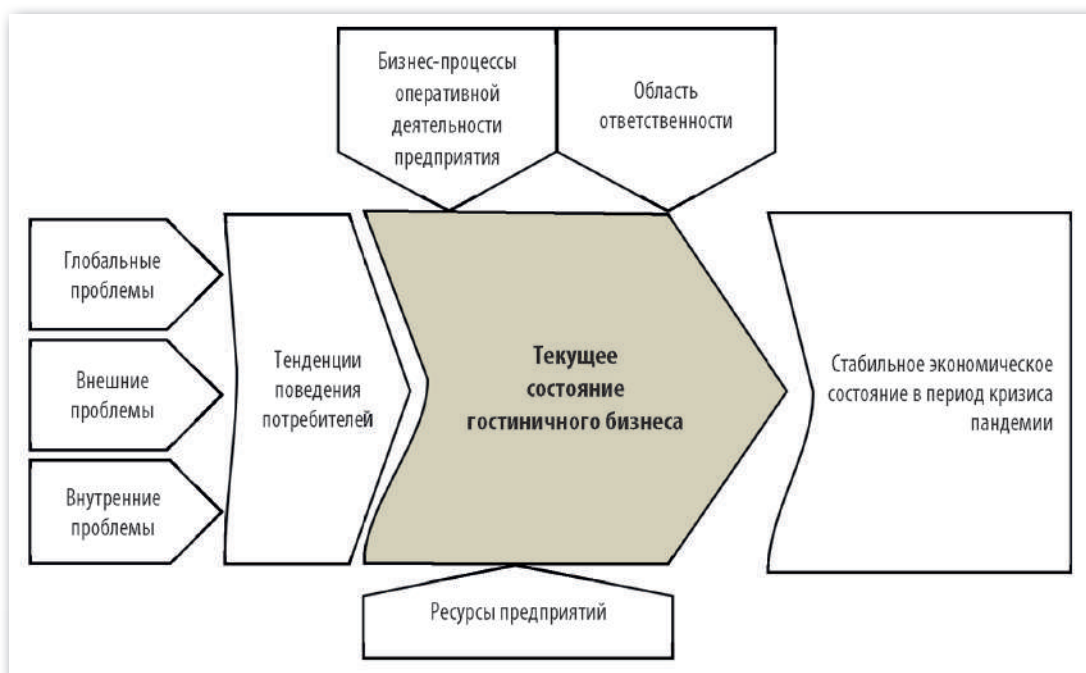


Рисунок — Модель планирования оперативной деятельности предприятия в условиях кризиса (составлено авторами)

Таблица 2

Бизнес-процессы оперативной деятельности предприятия индустрии гостеприимства (составлена авторами)

№ п/п	Бизнес-процессы оперативной деятельности предприятия	Содержание бизнес-процесса	Область ответственности за бизнес-процесс
1.	Сокращение расходов предприятия	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Сокращение ассортимента меню предприятий питания.</li> <li>— Сокращение перечня дополнительных услуг.</li> <li>— Внедрение гибкого графика персонала</li> <li>— Сокращение маркетинговой активности</li> <li>— Отмена скидок</li> <li>— Сенсоры энергосбережения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Владелец</li> <li>— Административная служба</li> <li>— Служба питания</li> <li>— Финансовая служба</li> <li>— Кадровый отдел</li> </ul>
2.	Внедрение комплексных услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Сдача в аренду неиспользуемых площадей.</li> <li>— Использование номеров как коворкинг-офисы.</li> <li>— Комплексные услуги по проведению деловых мероприятий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Владелец</li> <li>— Административная служба</li> <li>— Маркетинговая служба</li> <li>— Отдел продаж</li> <li>— Финансовая служба</li> </ul>

№ п/п	Бизнес-процессы оперативной деятельности предприятия	Содержание бизнес-процесса	Область ответственности за бизнес-процесс
		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Комплексные услуги по проведению детских мероприятий.</li> <li>— Комплексные услуги по проведению праздничных мероприятий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Служба обслуживания</li> <li>— Отдел МТО</li> </ul>
3.	Создание безопасных условий проживания.	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Усиление санитарной обработки помещений и номеров.</li> <li>— Социальное дистанцирование во время обслуживания.</li> <li>— Акцент на обслуживании в номерах.</li> <li>— Использование антибактериальных материалов, текстиля, средств обработки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Хозяйственная служба</li> <li>— СПиР</li> <li>— Служба питания</li> <li>— Служба Room Service</li> <li>— Отдел МТО</li> </ul>
4.	Цифровизация процессов	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Переход на онлайн-бронирование.</li> <li>— Внедрение бесконтактной регистрации гостя.</li> <li>— Бесконтактное обслуживание.</li> <li>— Внедрение чат-ботов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Административная служба</li> <li>— Маркетинговая служба</li> <li>— Отдел продаж</li> <li>— Финансовая служба</li> <li>— Инженерная служба</li> <li>— Отдел МТО</li> </ul>
5.	Реализация отложенного спроса	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Возможность переноса брони до наступления наиболее оптимальных условий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— СПиР</li> <li>— Отдел бронирования</li> <li>— Отдел продаж</li> </ul>

Таким образом, в таблице рассмотрены бизнес-процессы по стабилизации деятельности предприятий индустрии гостеприимства в период кризиса и поддержанию оптимального экономического состояния до наступления наиболее оптимальных условий среды. Так, предприятиям необходимо максимально сократить расходы путем полного или частичного закрытия предприятий питания, сокращения маркетинговой активности, сокращение перечня услуг и т. д.

Внедрение комплексных услуг обусловлено сдачей в аренду неиспользуемых площадей и помещений гостиницы, с целью организации рабочего пространства офисных и других работников, а также использование гостями номеров под коворкинг-офисы (т. е. офисы с проживанием и питанием). Также комплексные услуги могут быть представлены организацией различных мероприятий и праздников с обеспечением оборудования, инвентаря, проживания, питания и досуга.

Создание безопасных условий проживания — это необходимость создания акцента на чистоте и безопасности в средствах размещения.

Цифровизация процессов представлена минимизацией прямых контактов гостей с персоналом. Данный процесс можно осуществить с помощью перехода на онлайн-бронирование, регистрацию и обслуживание.

Перенос брони на 2022 год, либо на четвертый квартал 2021 года является реализацией отложенного спроса — приоритетной задачей становится выживание отеля до указанного периода. Область ответственности данных процессов зависит в первую очередь от категории, вместимости и организационной структуры средств размещения.

Таким образом, в работе выявлены проблемы гостиничного бизнеса в период кризиса и пандемии на основании выделения тенденций потребительского поведения. Итогом работы является построение модели планирования оперативной деятельности предприятий гостиничного бизнеса, с учетом проблем и тенденций поведения потребителей, в период кризиса, а также принципы маркетинговой деятельности в условиях стабилизации среды.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алешина И.В. Поведение потребителей: учебник / И.В.Алешина — М.: Экономистъ, 2006—525 с.
2. Воронкова, О.В. Поведение потребителей: учеб. пособие / О.В. Воронкова. — Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. — 84 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков — М.: Финпресс, 1998. — 416 с.
4. Демидов А.М. Исследование поведения потребителей / А.М. Демидов // Маркетинг в России и за рубежом, 2009 — №4. — С. 28–32.
5. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности / А.П. Дурович. — М: Прогресс, 2011. — 286 с.
6. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов / О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова. — М: Новое знание, 2012. — 392 с.
7. Романенкова О.Н. Поведение потребителей: программа дисциплины по выбору студента / О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — М.: Фин. ун-та, 2013. — 14 с.
8. Уманская Л.К. Потребительское поведение: мировой опыт моделирования поведения потребителей / Л.К. Уманская // Маркетинг. — 2001. — № 1. — 126 с.
9. Энджел, Д.Ф. Поведение потребителей / Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард. — СПб.: Питер Ком, 1999.
10. McKinsey & Company // Глобальный управленческий консалтинг «McKinsey & Company» [Электронный ресурс] URL: <https://www.mckinsey.com/> (дата обращения: 11.10.2021).

## МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ГОСТИНИЦ В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ COVID-19

**Аннотация.** Одной из отраслей, серьезно пострадавшей от COVID-19, стал гостиничный бизнес. После того как Россия закрыла свои границы, отельерам оставалось надеяться на внутренний туризм и активно развивать новые цифровые технологии. Одним из ответов на этот вызов пандемии стали мобильные приложения для гостиниц. В статье рассматриваются положительные и отрицательные моменты в их использовании на территории России.

**Ключевые слова:** мобильные приложения, гостиницы, сетевые гостиницы, пандемия, дестинация, отели.

*Kushcheva Natalia Borisovna*

Assistant Prof., PhD  
Department of Hotel and Restaurant Business  
Saint-Petersburg State University of Economics

## HOTEL MOBILE APPS IN THE COVID-19 PANDEMIC ERA

**Summary.** Hospitality has become one of the industries severely affected by COVID-19. After Russia closed its borders, hoteliers could only hope for domestic tourism and actively develop new digital technologies. Mobile applications for hotels have become one of the responses to this pandemic challenge. The article discusses the positive and negative aspects of their use on the territory of Russia.

**Keywords:** mobile apps, hotels, chain hotels, pandemic, destination.

Стремительное распространение коронавирусной инфекции в мире и в России не обошло стороной ни одну отрасль, однако среди наиболее пострадавших отраслей гостеприимства — пассажирские авиаперевозки, туризм и гостиничный бизнес. Несмотря на убытки, исчисляемые миллионами, многие отели уже сейчас начали адаптировать свой бизнес к новым реалиям и разрабатывать антикризисный план действий. Многие отели уже сейчас внедряют новые решения, ставя в приоритет безопасность гостей в будущем. Цифровая экономика и ее проявления в различных сферах деятельности сегодня находятся в фокусе внимания в связи с развитием информационных технологий, трансформацией традиционных каналов коммуникации [1]. Гости ставят чистоту и безопасность на первое место. Компания OAG провела исследование среди 4000 человек по всему миру, чтобы выяснить, как повлияла пандемия на их решение путешествовать [6].

По 10-ти балльной шкале, более половины потребителей оценивают свои опасения зара-

зиться COVID-19 во время путешествия на уровне не менее пяти баллов, а 21% указывают на отсутствие страха (см. рисунок 1). Исследование показало, что стремление к путешествиям наиболее выражено среди миллениалов и представителей поколения Z. Оба поколения менее всего склонны вносить корректировки в свои поездки и больше хотят путешествовать внутри страны по сравнению с другими возрастными категориями во всем мире. Почти треть респондентов не меняла и не намерена менять свои привычки. По мере восстановления отрасли, 79% туристов предпочитают путешествовать по своей стране или совершать прямые рейсы.

Туристам важно получение информации в режиме реального времени остается крайне важным фактором для поднятия уверенности туристов, еще до прибытия в аэропорт. Так, при поиске и бронировании большинство потребителей хотели бы оперативно получать обновляемую информацию и прогнозы касательно рейсов и отелей (61%), а также уровней заболеваемости COVID-19 в пунктах назначения (53%).

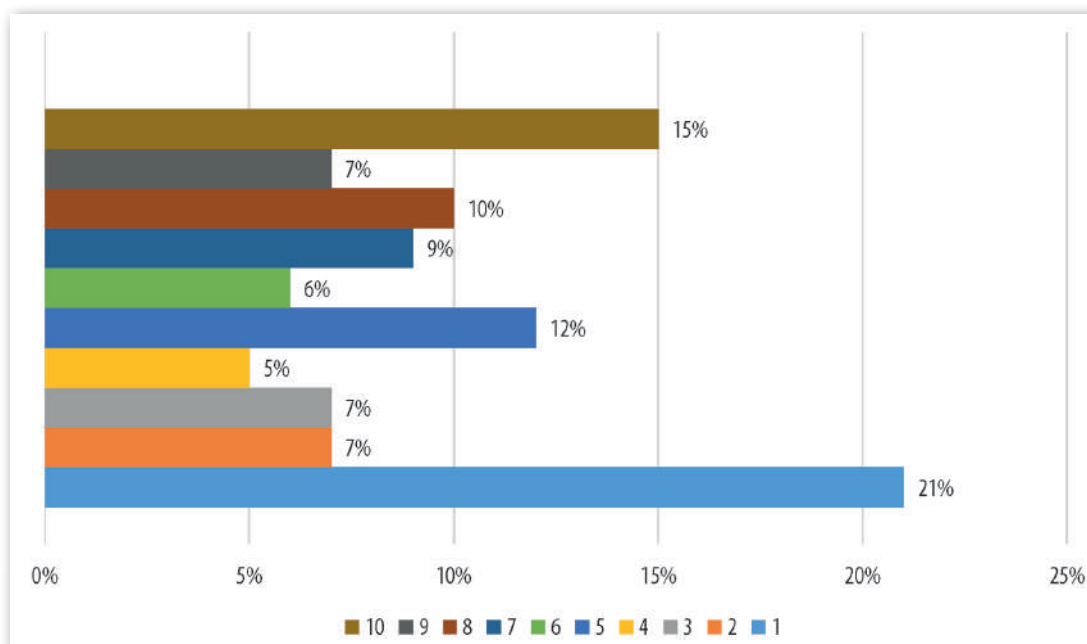


Рисунок 1 — По шкале от 1 до 10 оцените свою обеспокоенность заразиться COVID-19 во время путешествия? [6]

Современные вызовы индустрии предлагают различные цифровые методы ведения бизнеса, удобные наборы инструментов, аналитику и способы работы. Помочь в этом может мобильное приложение, которое предлагается в настоящее время многими гостиницами. Использование мобильных приложений в гостиничном бизнесе становится все более популярным. Хорошо разработанное приложение способно не только улучшить уровень сервиса для гостя, но и облегчить работу для сотрудников гостиницы.

В возникающей реальности модели взаимодействия между потребителями и фирмой формируют процесс создания ценности, бросая вызов существующим способам ведения бизнеса и создания ценности. Одновременно они создают огромные новые возможности. [3]. Планировать и организовывать поездки туристам помогают десятки мобильных приложений, но почти все они выполняют одну или максимум несколько функций: поиск и заказ авиабилетов, бронирование отелей или квартир, расписание поездов, аренда автомобилей и так далее. Согласно опросу компании OAG, 78% часто путешествующих людей хотят видеть в таком приложении, например, сервис по прогнозированию задержек отмены авиарейсов, а также актуальные предложения по размещению в дестинации [6].

Преимущества мобильных технологий для работы гостиницы:

- они продают номера напрямую, без комиссий посредникам;
- продают гостям дополнительные услуги: экскурсии, прокат, трансфер, такси, мини-бар, ужин, завтрак, обед, ТВ, сувениры, спа, конные прогулки;
- мобильное приложение продаёт таргетированно: проложит гостю маршрут в ресторан; тем, кто искал достопримечательности дестинации — обзорную экскурсию;
- рекламирует, информирует, ориентирует гостя с помощью каталога услуг, афиши мероприятий и интерактивной картой;
- получает обратную связь — опрашивает гостей после выезда, через геолокацию контролирует посещаемость мероприятий...

Но... существует проблема, что мобильное приложение большинство гостей не используют. IC:Hotel опросила гостей у стойки регистрации в нескольких крупных отелях. 50% опрошенных не смогли установить приложение из-за технических моментов: гости не помнили пароль к iTunes или Google Play, у них не был настроен аккаунт, не хватало памяти в телефоне. «У французской сети Ассог, объединяющей более 4000 отелей, приложение скачивают только 3% гостей», — рассказывает Глеб Михайлов,

разрабатывающий для Accor Hotels электронного ассистента [2]. Гости просто не хотят — им неинтересно и просто лень. Они не видят ценности в каждом путешествии скачивать «кота в мешке» от очередного отеля [7].

Мобильное приложение, в основном, ориентировано на постоянных гостей. Гость мотивирован скачать приложение в сетевых гостиницах, отелях премиум-класса, гостиницах с продуманной программой лояльности, в отелях со сложной инфраструктурой и территорией, с большим количеством «долгожителей» и постоянных клиентов или в resort-отелях. Например, в отеле Hilton Hawaiian Village гость может получить через приложение приглашение совершить пешую прогулку по острову или попробовать специальный напиток в баре во время гавайской вечеринки Луау. А в отеле Hilton Anatole, участник программы Hilton HHonors будет получать информацию о счастливых часах в баре у бассейна или узнавать обо всех новых экспозициях в музее при отеле [5].

Сетевые гостиницы премиум-класса с активно действующей программой лояльности продвигают мобильное приложение как тренд low-touch luxury («бесконтактная роскошь»). Участники программы лояльности Hilton Honors, например, могут посетить отель, ни разу не пообщавшись с персоналом. Через приложение гость выбирает номер на поэтажных планах гостиницы и бронирует его. Регистрация, открытие двери в номер, выписка — все это можно сделать в приложении (см. рисунок 2).

Но даже при таком сервисе гости предпочитают бронировать номера через онлайн-турагентства (ОТА), потому что считают цены агентства более низкими, чем у отеля [5]. Гость обычно скачивает приложение, чтобы ориентироваться на территории отеля, узнать о ближайших мероприятиях и достопримечательностях. После выезда, скорее всего, он удалит приложение: его ценность для поездки исчерпана.



Рисунок 2 — Выбор номера на поэтажном плане гостиницы Hilton [5]

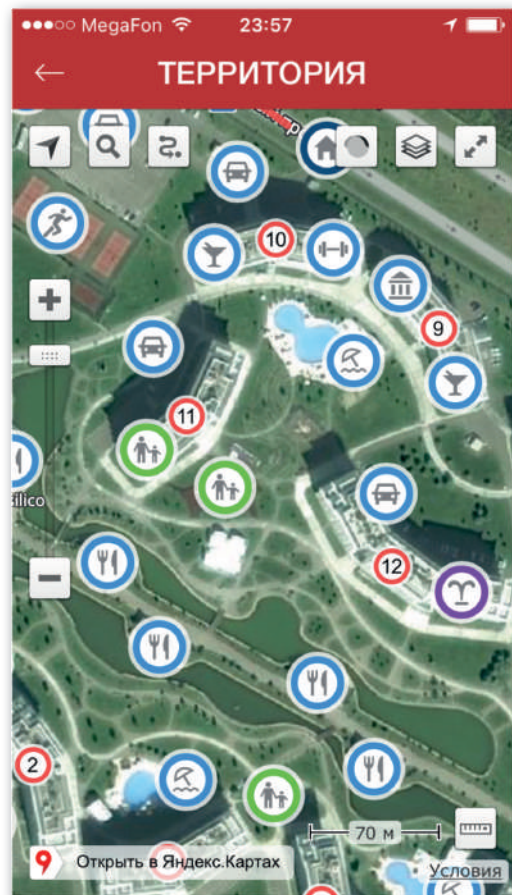


Рисунок 3 — Интерактивная карта отеля «Азимут Сочи» [4]

Мобильные приложения помогают отелям создавать новые способы получения дополнительного дохода и не просто создавать огромную базу данных о гостях, а оповещать их об интересных мероприятиях в отеле, таких как урок фитнеса на площадке у бассейна, SPA процедуры и т. д. [8].

Другим примером подобного приложения является «МегаФон Путешествия». В одном приложении можно выбрать и забронировать авиабилеты, железнодорожные билеты, билеты на автобус, номер в отеле, купить тур, оплатить страховку, найти машину для трансфера или экскурсию [4]. На рисунке 3 представлен пример интерактивной карты отеля Азимут Сочи, которая сделана на основе карт Яндекс и Мегафон путешествий. Она хорошо работает в мобильном браузере.

Все больше и больше гостей предпочитают получать информацию и решать свои вопросы

с помощью текстовых сообщений, а не путем живого общения с консьержем отеля. Приложение помогает выходить на связь с персоналом и менеджментом отеля, отправлять уведомления и вопросы, а также оставлять отзывы, что облегчает разрешение проблемных ситуаций. Туристы больше доверяют информации от других гостей и размещение информации из первых рук может склонить решение гостя о бронировании.

Несмотря на все технологии, которые гостиницы придумывают для своих гостей, важно чтобы гость сам мог выбрать какими приложениями он хочет пользоваться больше. Отзывы гостей о приложениях в подавляющем большинстве оказываются позитивными, а информация, полученная через них, позволяет отелям в будущем лучше понять запросы своих гостей, совершенствовать и разнообразить услуги, предоставляемые гостям.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Архипова О.В., Кушева Н.Б., Владыкина Ю.О. Цифровые трансформации и новые технологические решения как драйверы индустрии гостеприимства. Проблемы современной экономики. 2020. № 2 (74). С. 237–242.

2. Зачем вашей гостинице мобильное приложение. [Электронный ресурс]. <https://www.cossa.ru/trends/156538/> (дата обращения: 27.10.2021).

3. Кушева Н.Б., Иванова М.А. Технология вовлечения потребителей в совместное создание ценности в индустрии гостеприимства. — В сборнике: Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент. материалы VI международной научно-практической конференции преподавателей, докторантов, аспирантов и студентов. Симферополь, 2020. С. 88–93.

4. Мегафон Путешествия: Необычные туры по России и миру. [Электронный ресурс]. [\[megafon.ru/services/archive/archive/travel/\]\(https://spb.megafon.ru/services/archive/archive/travel/\) \(дата обращения: 27.10.2021\).](https://spb.</a></p></div><div data-bbox=)

5. Тренды отельной автоматизации. Hilton персонализирует мобильное приложение. Индивидуальный путеводитель или источник спама. [Электронный ресурс]. <https://hotelier.pro/sales/item/1819-hilton/> (дата обращения: 26.10.2021).

6. Global traveler sentiment survey. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.oag.com/covid-19-recovery-survey> (дата обращения: 27.10.2021).

7. Mobile Apps Are Already Changing Layouts for Hotel Design. [Электронный ресурс]. <https://skift.com/2021/10/27/mobile-apps-are-already-changing-the-layouts-for-hotel-design/> (дата обращения: 26.10.2021).

8. The 2021 Digital Transformation Report. [Электронный ресурс]. <https://skift.com/insight/the-2021-digital-transformation-report/> (дата обращения: 26.10.2021).



*Лаврова Татьяна Анатольевна*

д.э.н., профессор  
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
victoriatan@inbox.ru

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА КВАЛИФИЦИРОВАННЫМИ КАДРАМИ

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются вопросы подготовки специалистов в области туризма и гостеприимства. В современных условиях потребность в высококвалифицированных кадрах как в отельном бизнесе, так и в других областях сферы туризма увеличилась за счет внедрения новых цифровых технологий, программного обеспечения и требованиям по улучшению качества обслуживания. Особое внимание уделено современным подходам к формированию практико-ориентированного обучения на основе создания непрерывной траектории подготовки профессиональных кадров, включающей четыре этапа: школа, высшее учебное заведение, повышение квалификации работающих специалистов и переподготовка кадров.

**Ключевые слова:** непрерывная траектория обучения, туризм, гостеприимство, практика, студенты, профессиональные навыки, практико-ориентированное образование.

*Lavrova Tatiana A.*

Holder of an Advanced Doctorate (Doctor of Science)  
in Economic Sciences, Professor  
Department of Hotel and Restaurant Business  
Saint-Petersburg State University of Economics

## MODERN APPROACHES TO PROVIDING TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES WITH QUALIFIED PERSONNEL

**Summary.** This article discusses the issues of training specialists in the field of tourism and hospitality. In modern conditions, the need for highly qualified personnel both in the hotel business and in other areas of the tourism sector has increased due to the introduction of new digital technologies, software and requirements for improving the quality of service. Special attention is paid to modern approaches to the formation of practice-oriented training based on the creation of a continuous trajectory of professional training, which includes four stages: school, higher education institution, professional development of working specialists and retraining of personnel.

**Keywords:** continuous learning trajectory, tourism, hospitality, practice, students, professional skills, practice-oriented education.

Развитие программного обеспечения и цифровых технологий в сфере туризма и гостеприимства требует постоянного совершенствования работы по подготовке квалифицированных кадров и осуществлению деятельности по формированию непрерывной траектории обучения и переподготовке персонала. Непрерывная траектория подготовки и переподготовки кадров в области туризма и гостеприимства предусматривает определенные виды деятельности на всех этапах обучения, профессиональной деятельности и переобучения для получения практических навыков работы на предприятиях индустрии

туризма. Все обучение и процесс повышения квалификации можно разделить на следующие этапы.

Первый этап — профориентация и обучение в школах, в системе среднего образования.

Второй этап — обучение по специальностям и направлениям в высших учебных заведениях.

Третий этап — обучение персонала по различным направлениям деятельности в отелях, ресторанах, других предприятиях индустрии туризма профессиональным навыкам и работе с новым программным обеспечением и по новым стандартам качества предоставления услуг.

Четвертый этап — переподготовка и обучение граждан, желающих получить профессию в сфере туризма и гостеприимства на базе центров занятости и на курсах переподготовки персонала для работы в данной области.

На каждом этапе траектории обучения и повышения уровня профессиональных навыков необходимо рассмотреть существующие и разработать новые формы обучения и повышения уровня квалификации уже работающего персонала.

В современный период нестабильной экономики и изменения приоритетов в сфере туризма проявляются определенные новые тенденции развития туризма и гостеприимства и в тоже время существуют пока еще нерешенные проблемы взаимосвязи процесса обучения студентов в ВУЗах с требованиями по получаемым практическим навыкам для работы в реальной обстановке в отелях, ресторанах и других предприятиях индустрии туризма. Одной из существующих и наиболее важных проблем является вопрос организации качественной практики студентов для получения практических профессиональных навыков работы по выбранной специальности. В некоторых случаях практика, например, в отелях, проводится в несколько формальном виде, так как студенты не всегда быстро адаптируются к профессиональному выполнению порученной работы и часто их определяют учениками к специалистам по той или иной деятельности, например ученик менеджера, администратора или помощник горничной или практикант по выполнению простейших операций, не требующих определенных профессиональных навыков.

«Можно сделать вывод, что навыков, компетенций и практических знаний не хватает будущему специалисту. Необходим новый подход, и это касается как системы образования в целом, подготовки кадров на начальном этапе, так и переподготовки уже имеющих специалистов. Обучением и подготовкой высококвалифицированных специалистов в сфере туризма и гостеприимства в развитых европейских странах занимаются так называемые специализированные школы. Например, Cesar Ritz Cjlleges, Le Bjuveret Brig — это легендарная школа, предлагающая профессиональные программы не только в гостиничном и туристском бизнесе, но и в искусстве кулинарии, кондитерском деле и мастерстве сомелье. Это единственная школа в Швейцарии, получившая сертификат качества Всемирной туристской организации» [1, с.52].

На основе опыта развитых европейских стран в Российской Федерации также существуют возможности создавать так называемые «Летние школы» обучения студентов профессиональному мастерству в выбранной специализации в сфере туризма (в т.ч. на основе создаваемой в различных регионах страны Ассоциаций, которые включают вузы, студентов, работодателей). В специализированных школах в летнее время можно проходить более длительную практику с получением сертификата определенной уровня, что будет способствовать подтверждению профессиональных навыков и квалификации студентов в выбранной специализации.

В таблице представлен пример формирования непрерывной траектории подготовки кадров в области туризма и гостеприимства.

Важнейшим направлением получения практических навыков является профессионально-ориентированная подготовка студентов по направлениям обучения «Туризм» и «Гостиничное дело». «Специфика туристского образования заключается в его междисциплинарной многогранности. Подготовка высокопрофессиональных кадров для индустрии гостеприимства является сложным процессом, который требует постоянной модернизации, использования инновационных технологий и активного взаимодействия с профессиональным туристским сообществом» [2, с. 84].

Следовательно, важнейшим направлением получения практических навыков профессиональной работы в отелях является увеличение количества времени, отведенного на различные виды практик в отелях или других предприятиях в зависимости от выбранного направления специализации. При возможности проведения практик в процессе всего периода обучения в одном и том же отеле или санаторно-гостиничном комплексе имеется возможность трудоустройства с дальнейшим вариантом карьерного роста. Для осуществления качественной теоретической подготовки студентов в процессе проведения лекционных и практических занятий необходимо периодически осуществлять повышение уровня практических навыков работы на предприятия туристской индустрии у преподавателей по профильным дисциплинам. Также существенное значение для получения профессиональных навыков и знаний в области работы отелей и других предприятий туризма педагогический состав вузов может в процессе осуществления выездных семинаров и экскурсий на профильные объекты индустрии туризма.

**Инновационные подходы к формированию непрерывной траектории подготовки кадров  
в области туризма и гостеприимства (выполнено автором)**

№ пп	Виды деятельности по подготовке кадров
<b>1</b>	<b>Первый этап — профориентация в школах, в системе среднего образования</b>
	<p>Формирование профильных классов по направлению социально-экономические науки по специализации туризм и гостеприимство.</p> <p>Организация экскурсий для школьников профильных классов в отели, рестораны, туроператорские компании для знакомства с особенностями деятельности в данной области.</p> <p>Введение нового предмета для профильных классов — иностранный язык по специализации туризм и гостеприимство.</p> <p>Заключение договора школы с отелем или туроператорской компанией на проведение уроков специалистами—практиками по данным направлениям и проведение ознакомительной практики школьников.</p> <p>Выделение средств школам для оплаты работы специалистов из профильных предприятий индустрии туризма и гостеприимства при проведении уроков и руководства практикой школьников.</p>
<b>2</b>	<b>Второй этап — обучение по специальностям и направлениям в высших учебных заведениях</b>
	<p>Увеличение количества часов в учебном плане на изучение профессионального иностранного языка по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело».</p> <p>Приобретение ВУЗами лицензированных версий программного обеспечения для получения студентами навыков работы с профессиональными программами, используемыми в отелях, ресторанах, туроператорских компаниях.</p> <p>Увеличение количества часов в учебном плане на изучение современного программного обеспечения по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело».</p> <p>Заключение договора ВУЗа с отелями или другими предприятиями туризма и гостеприимства на проведение гостевых лекций и мастер-классов специалистами-практиками по данным направлениям.</p> <p>Заключение договора ВУЗа с отелями или другими предприятиями туризма и гостеприимства на проведение практик на базе данных предприятий индустрии туризма.</p> <p>Выделение средств Вузам для оплаты работы специалистов из профильных предприятий индустрии туризма и гостеприимства при проведении гостевых лекций, мастер-классов и руководства практикой студентов.</p> <p>Увеличение количества часов для прохождения практик на предприятиях туризма и гостеприимства до 600 часов для программ бакалавриата, например: второй курс — ознакомительная практика 25 дней по 4 часа (100 часов); третий курс — производственная практика 30 дней по 6 часов (180 часов); четвертый курс 7 семестр — производственная практика 20 дней по 6 часов (120 часов); четвертый курс 8 семестр — профессиональная практика 25 дней по 8 часов (200 часов) с получением заработной платы, как стажеры.</p> <p>Организация стажировок для студентов 3 и 4 курса для работы в отелях в других регионах страны или в других странах для получения практических профессиональных навыков.</p>
<b>3</b>	<b>Третий этап — обучение персонала по различным направлениям деятельности в отелях и других предприятиях индустрии туризма</b>
	<p>Корпоративный тренинг.</p> <p>Программы повышения квалификации.</p> <p>Стажировки в профильных предприятиях туризма и гостеприимства.</p> <p>Аттестация сотрудников по основным нормативным требованиям, ГОСТам, постановлениям федеральных и региональных органов власти в данной области.</p> <p>Обучение сотрудников новым программам (программному обеспечению) функционирования предприятия туризма и гостеприимства.</p> <p>Курсы повышения квалификации.</p> <p>Использование возможностей учебных центров в сетевых отелях для повышения квалификации сотрудников данной сети.</p>

№ пп	Виды деятельности по подготовке кадров
	Обмен опытом на основе организации международных конференций, конгрессов, мастер-классов, соревнований, например, лучший по профессии и пр. Формирование межрегиональных обществ, союзов для осуществления координационной деятельности между предприятиями туризма и гостеприимства в границах субъекта РФ, федерального округа, страны в целом с привлечением представителей зарубежных структур аналогичной специализации.
4	<b>Четвертый этап — переподготовка и обучение граждан, желающих получить профессию в сфере туризма и гостеприимства</b>
	Курсы переподготовки и повышения квалификации по выбранной специальности в области туризма и гостеприимства.
	Программы изучения профессионального иностранного языка.
	Программы изучения современного программного обеспечения, применяемого в отелях, ресторанах, туроператорских компаниях.
	Программы обучения работы с международными системами бронирования.
	Использование дистанционных обучающих программ.
	Возможность получения навыков практической деятельности в качестве стажеров на предприятиях туристской индустрии.

Система переподготовки и повышения квалификации работников туристской сферы является важнейшим направлением повышения качества услуг, условием развития туристских дестинаций. Данное направление входит в число приоритетных задач Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)».

«В рамках оптимального сценария в 2019–2025 году предусмотрено расходование 1 309 млн рублей на развитие отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма, формирующих кадровый потенциал для комплексного решения

проблем качества туристских услуг. Планируется увеличение доли специалистов индустрии туризма, прошедших повышение квалификации и переподготовки кадров, от общего количества занятых в сфере туризма на 49,9% к 2025 году» [3, с. 22].

На основе выявленных проблем, тенденций и потребностей реального бизнеса в подготовке молодых специалистов для предприятий индустрии туризма можно сделать вывод о необходимости активизировать деятельность в области усиления практико-ориентированной составляющей на всех этапах непрерывной траектории подготовки профессионалов современного уровня.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Новикова С.А. «Летняя школа» как средство повышения эффективности прохождения практик студентами сферы сервиса туризма и гостеприимства/ Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020 г. — Том 14. № 1., С. 49–56. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44027923> (дата обращения: 30.10.2021).

2. Головченко Т.П., Калинина И.Ю., Рубцова Н.В. Практико-ориентированная модель подготовки сотрудника для индустрии туризма в ВУЗе/Азимут на-

учных исследований: педагогика и психология. Том 9. № 3(32). — 2020 г. — С. 82–85. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43913856> (дата обращения: 30.10.2021).

3. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». — URL: <http://static.government.ru/media/files/FoFftF1dhGs4GZzEBPQtLCFVtBl2hHQD.pdf> (дата обращения: 30.10.2021).

## ВИРТУАЛЬНЫЕ СОБЫТИЙНЫЕ ПРОЕКТЫ СТУДЕНТОВ КАК ДРАЙВЕРЫ НОВОЙ ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В ВУЗЕ\*

**Аннотация.** В статье обсуждаются вопросы подготовки кадров для ивент-индустрии и предлагается новая система компетенций, направленная на выработку навыков по созданию виртуальных событий для ивент-специалистов, отвечающая запросам реального сектора и цифровой рыночной конъюнктуры; в работе рассматриваются возможности реализации индивидуальных проектных треков студентов для развития цифровой событийной образовательной среды вуза.

**Ключевые слова:** ивент-индустрия, виртуальные события, подготовка кадров для ивент-индустрии.

*Maksimovskaya Olga A.*

Doctor of Economics, Professor  
Department of Service and Congress and Exhibition Activities  
Saint Petersburg State University of Economics

## VIRTUAL EVENT PROJECTS OF STUDENTS AS DRIVERS OF A NEW DIGITAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN THE UNIVERSITY

**Summary.** The article discusses the issues of training for the event industry and proposes a new system of competencies aimed at developing skills for creating virtual events for event specialists that meet the needs of the real sector and the digital market environment; The paper discusses the possibilities of implementing individual project tracks of students for the development of a digital event-driven educational environment of the university.

**Keywords:** event industry, virtual events, training for the event industry.

Организация опережающей подготовки кадров по новым и обновляющимся профессиям находится в фокусе интересов государства, работодателей, вузов.

С 2012 г. в рамках масштабного исследования «Форсайт Компетенций» постоянно обновляется «Атлас новых профессий» (АСИ, МШУ «Сколково») [1].

В 2015 г. в рамках программы Erasmus+ реализован международный проект «Европейское измерение квалификаций туристического сектора», который описал дескрипторы «цифровых» компетенций для «будущих» ивент-специалистов [2].

Исследовательский проект ВНИЦ R&C (СПб, 2020) выделил дополнительным блоком

навыки работы персонала с цифровыми технологиями в модели компетенций ивент-специалистов: Soft, Hard и Digital Skills. [3].

Пандемия COVID-19 внесла серьезные изменения в деятельность конгрессно-выставочной индустрии, однако несмотря на полный запрет деятельности в «оф-лайне» из-за карантинных мер или частичный запрет из-за COVID-ограничений, индустрия в кратчайшие сроки смогла перестроить работу в этот период и перейти в онлайн.

При этом настолько быстро и активно компании этого сектора вышли на онлайн-ивент рынок, что по словам экспертов делового портала для профессионалов ивент-индустрии Event-Live «уроки цифровой вовлеченности мы создавали и проходили каждый день вместе с нашими участниками». Более того, сформировались новые форматы на событийном онлайн-рынке, а отдельные виртуальные события увеличили свою длительность до 1 месяца. [4].

\* Проект реализуется победителем Конкурса на предоставление грантов преподавателям магистратуры благотворительной программы «Стипендиальная программа Владимира Потанина» Благотворительного фонда Владимира Потанина». Договор гранта №ГГСГК-0107/21 от 26.07.2021.

Таким образом, подготовка кадров для ивент-индустрии, в первую очередь, сегодня ориентирована на новую систему компетенций для ивент-специалистов, отвечающей запросам реального сектора и цифровой рыночной конъюнктуре.

Формирование новой системы компетенций (soft + digital + hard skills) в первую очередь затрагивает выработку навыков по созданию виртуальных событий, т. к. масштаб тематического охвата мероприятий по сферам деятельности для

таких специалистов достаточно широкий (наука, образование, культура и искусство, спорт, социальная сфера, предпринимательство, финансы, промышленность, туризм и гостеприимства, благотворительность и др.).

Направленность подготовки на формирование цифрового блока компетенций предъявляет новые требования к системе обучения.

В таблице 1 представлен вариативный набор дополнительных компетенций, отвечающий запросам рынка труда ивент-индустрии.

Таблица 1

**Новая система дополнительных профессиональных компетенций будущих ивент-специалистов (soft + digital + hard skills)**

Результат	Показатель
ДПК1. Создание смысла виртуального события	Знать (понимание): технологии и инновации в отраслях экономики и бизнеса, связанных с тематикой организуемых виртуальных событий на национальном (региональном) и международном уровнях (мышление 360°); Знать (понимание): законы семиотики при создании среды виртуального события; Уметь (способность): справляться с когнитивными сложностями; Уметь (способность): выявлять значимые смыслы для развития различных отраслей и для развития виртуальной МИСЕ-деятельности; Уметь (способность): управлять вовлеченностью через создание смыслов, новых концептов, символов, культурных знаков; Владеть (готовность): действовать в неопределенной среде;
ДПК2. Креативный поиск	Уметь (способность): осуществлять креативный поиск идей для создания виртуальных событий; Владеть (готовность): использовать творческие методы и инструменты при разработке и продвижении виртуальных событий;
ДПК3. Коллаборация	Уметь (способность): объединять информационные ресурсы и технологии для создания и продвижения виртуальных событий; Владеть (готовность): интегрировать инструменты и технологии проектирования
ДПК4. Прототипирование	Знать (понимание): типы и формы событий, современные методы и технологии создания виртуальных событий Уметь (способность): разрабатывать виртуальные прототипы событий, ориентированных на различные целевые аудитории и их скрытые потребности; Владеть (готовность): применять технологии создания прототипа нового событийного продукта, Владеть (готовность): использовать методы тестирования виртуальных
ДПК 5. Трендотчинг	Владеть (готовность): регулярно отслеживать потребительские и индустриальные тренды, проводить оценку и прогнозирование бизнес-факторов (спроса, предложения, стиля и моды), для создания инновационных продуктов, услуг и коммуникаций в сфере ивент-индустрии; выделять закономерности в поведении и предпочтениях потребителей, чтобы увидеть новые возможности для создания инновационных виртуальных событий.

Реализация обучения по новой модели дополнительных профессиональных компетенций будущих ивент-специалистов (soft +digital+hard skills) предполагает выбор индивидуальных проектных треков и идеологий обучающимся для выбора направлений и самореализации.

Проектная работа студентов направлена на создание виртуальных цифровых событий в рамках текущей внутривузовской деятельности как для обучающихся и преподавателей, так и для внешних участников (научные, образовательные, культурные, спортивные, благотворительные, профориентационные и другие мероприятия). Это позволит эффективно фиксировать набор и проявления компетенций внутри новой цифровой образовательной среды, архитекторами которой будут сами обучающиеся.

Так как проектная работа по созданию виртуальных событий, в первую очередь, направлена на их реализацию в вузе, то каждый студент индивидуального проектного ивент-трека сможет сформировать специальный цифровой профиль и фиксировать в нем динамику прироста

своих компетенций при создании различных виртуальных событийных проектов.

В таблице 2 даны примеры по тематике виртуальных событийных проектов, которые студенты выполняли в 2019–2020 гг. в рамках индивидуального проектного трека по дисциплине «Продвижение конгрессно-выставочных проектов и услуг»

Полученный автором опыт по организации индивидуальных траекторий студентов в рамках по дисциплине «Продвижение конгрессно-выставочных продуктов и услуг» позволил сделать важный вывод: фиксация проявления компетенции только по результату деятельности (мероприятие состоялось) недостаточна, необходим глубокий анализ образовательных результатов виртуального мероприятия. Поэтому на ближайшую перспективу автором поставлен следующий исследовательский вопрос: на каком этапе считать «soft+digital+hard»-компетенцию действительно проявленной? Реализация исследования планируется в коллаборации с представителями ивент-индустрии.

Таблица 2

**Тематика виртуальных событийных проектов по дисциплине  
«Продвижение конгрессно-выставочных проектов и услуг»**

№	Название темы проекта	Уровень проекта в вузе
1.	Студенческая научная online-секция	кафедра́льный
2.	Online Мастер-класс (тематический)	Кафедра́льный/факультетский/ университетский
3.	Online-выставка дипломных проектов, выполненных по заказу предприятий	Кафедра́льный/факультетский/ университетский
4.	Online-комикон (конкурс смешных видео — тематический конкурс)	Кафедра́льный/факультетский/ университетский
5.	Игровой Online-турнир в виртуальной реальности	Кафедра́льный/факультетский/ университетский
6	Online-галерея (фото, видео и др.) работ студентов (тематическая)	Кафедра́льный/факультетский/ университетский

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Форсайт компетенций и Атлас новых профессий [Электронный ресурс] <https://www.skolkovo.ru/researches/sedec-research-new-jobs/> (дата обращения: 26.10.2021).

2. Илькевич С.В., Приходько Л. В., Смит Н.Л. Европейское измерение квалификаций в туризме как институт развития российских дестинаций // СРРМ. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskoe-izmerenie-kvalifikatsiy-v-turizme-kak-institut-razvitiya-rossijskih-destinatsiy> (дата обращения: 26.10.2021).

3. Краткий справочник основных профессий в ивент-индустрии / Островская Д.А., Баланчевцева Я.В., Васильева Е.В. и др. Изд-во: ИПК «НП-Принт», Санкт-Петербург, 2020. [Электронный ресурс] <https://newdirmsp.krasnodar.ru/upload/iblock/49a/5605612e56a762be2c828fe668819662.pdf> (дата обращения: 26.10.2021).

4. Игра вдолгую: как и зачем организовывать онлайн-ивент длиною в месяц [Электронный ресурс] [https://event-live.ru/articles/keysy/keysy\\_933.html](https://event-live.ru/articles/keysy/keysy_933.html) (дата обращения: 26.10.2021).

*Марухнова Полина Игоревна*

преподаватель  
Колледж бизнеса и технологий  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
polina.marukhnova.polina@gmail.com

*Ковряков Дмитрий Валентинович*

к.э.н., доцент  
начальник управления по обучению  
Балтийская Экспертная Компания  
kovryakov79@yandex.ru

## К ПРОБЛЕМЕ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И СЛУЖАЩИХ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена проблеме адаптации выпускников профессиональных учебных заведений к работе на предприятиях гостиничного сервиса. Рассмотрены основные проблемы адаптации, предложены ключевые направления решения выявленных проблем.

**Ключевые слова:** Программа адаптации, отель, начинающие специалисты, проектная работа, карьерное развитие.

*Marukhnova Polina I.*

Teacher  
College of Business and Technology  
Saint Petersburg State University of Economics

*Kovryakov Dmitry V.*

Candidate of Economics, Associate Professor  
Head of the Department for Training  
Baltic Expert Company L

## TOWARDS THE PROBLEM OF ADAPTATION OF YOUNG PROFESSIONALS AND EMPLOYEES AT HOTEL SERVICE ENTERPRISES

**Summary.** This article is devoted to the problem of adaptation of graduates of professional educational institutions to work at hotel service enterprises. The main problems of adaptation are considered, the key directions of solving the identified problems are proposed.

**Keywords:** Adaptation program, hotel, novice specialists, project work, career development.

В момент окончания профессионального учебного заведения перед выпускником возникает множество сложностей. Это связано с тем, что происходит трансформация их жизненной активности — вместо сдачи промежуточной и итоговой аттестации в рамках учебного заведения, учебных процессов, которые редко занимают полноценный рабочий день, выпускнику приходится находиться на новом для него рабочем месте, сменить круг регулярного общения, сам характер деятельности. С уверенностью такую трансформацию можно назвать стрессовой для молодого специалиста. Возникает множество проблем с адаптацией молодых специалистов на рабочем месте.

На сегодняшний момент рабочие процессы занимают значительную долю времени человека. При этом, необходимо обращать внимание на ценностную составляющую труда — человек работает не на себя, выполняя зачастую заранее определенные рабочие задания. Отношение к труду в немалой степени определяет успешность будущего специалиста, вместе и с достойным вознаграждением за выполненную работу. На профессиональное развитие личности оказывают решающее влияние первые годы работы, которые могут определить всю дальнейшую карьеру специалиста.

Многие студенты начинают работать на последних курсах учебных заведений, поэтому мож-



но утверждать, что профессиональная адаптация начинается еще до получения диплома. В современной рабочей практике принято выделять следующие этапы профессиональной адаптации:

— выпускные курсы учебного заведения — здесь определяющую роль играет как социокультурная среда, в которой учиться студент, так и профессиональное сообщество, в которое он планирует войти в качестве молодого специалиста;

— начало карьеры в отеле — интернирование в рабочую среду организации, встраивание в функциональную структуру; понимание своей роли в групповой динамике; закрепление фундамента профессионального отношения к работе;

— второй-третий год работы молодого специалиста — понимание своих возможностей в профессии, планирование карьеры, усложнение ролевой модели в коллективе;

— третий-четвертый год работы — глубокая вовлеченность специалиста в профессию и коллектив.

Успешность адаптации нового сотрудника к реалиям рабочего процесса зависит как от самого сотрудника, его навыков, знаний, психологических установок, так и от предприятия, где он начинает свой трудовой путь, инфраструктуры наставничества, отношения к ошибкам работников, особенно молодых, зрелости руководства. Неудачи на этапе адаптации могут обернуться и для предприятия, и для молодого специалиста не только временными потерями и психологическим ущербом, но и прямыми и косвенными денежными потерями, разочарованием в профессии, закрытостью работника. На современном этапе развития рабочих отношений именно работники составляют основной потенциал деятельности компаний, уровень их вовлеченности и компетенций определяют успешность существования и развития бизнеса. Особенно это характерно для видов деятельности, где услуги составляют основную часть рабочего процесса, этому критерию в полной мере соответствует и сфера гостеприимства.

Для найма молодых, но перспективных сотрудников, отель должен являться привлекательным работодателем. Сегодня большое количество отелей охотно принимают на контактные должности и позиции операционной сферы начинающих специалистов со средним и высшим профессиональным образованием (преимущественно по направлениям: гостиничный сервис и туризм) и небольшим опытом работы или отсутствием

такового, заинтересованных начать карьеру в сфере гостеприимства.

Частыми проблемами, присутствующими большинству предприятий сферы гостеприимства, являются текучка молодых кадров и низкие шансы карьерного роста, особенно в малых средствах размещения. Выпускник образовательного учреждения, впервые пришедший в отель, часто не получает необходимого внимания со стороны коллег, а также необходимых данных об особенностях работы перспектив развития в гостеприимстве и в конкретном отеле. Только при грамотной организации адаптации отель может комфортно интегрировать сотрудника в рабочий процесс, заинтересовать его в развитии в отеле или определенном отделе.

Чтобы справиться с вышеперечисленными проблемами, необходимо разрабатывать программы адаптации новых сотрудников, которые должны включать в себя элементы обучения и карьерного консультирования. Особенно это важно для тех, кто впервые приступает к деятельности в области гостиничного сервиса.

Перечислим основные моменты, которые призваны разрешить подобные программы:

— повышение заинтересованности молодых специалистов к сфере гостиничного бизнеса, формирование рамок карьерной перспективы в целом в отрасли и в данном отеле;

— повышение привлекательности кадрового бренда отеля среди студентов и выпускников;

— понижение текучести имеющихся кадров;

— комфортная адаптация и сохранение сотрудников;

— заинтересованность предприятия в последующем выращивании кадров до высоких позиций.

С целью повысить привлекательность кадрового бренда и сформировать ценностное предложение сотруднику для начинающих отельеров, предприятие может разработать коллаборации с профильными учебными заведениями города. Очень позитивна возможность прохождения студентами внутреннего обучения действующем отеле. Данный процесс поможет лучше сформировать студентам особенности деятельности конкретного объекта размещения, треки карьерного развития в выбранном отеле, возможности и компенсации, предоставляемые им, а также понять, какой департамент наиболее интересен для интеграции и, конечно же, получить персональные рекомендации от практиков. Более того,

данная возможность привлечет талантливых и перспективных молодых специалистов начать карьеру в конкретном отеле — во время практики студенты пройдут первичную адаптацию и смогут уверенно и быстро приступить к полноценной работе.

Какие задачи стоят перед предприятием в первые дни работы молодого специалиста?

Во-первых, организовать подробный показ гостевых зон, продемонстрировать основные категории номеров, а также зоны питания гостей, бизнес-залы, спа и так далее, вне зависимости от позиции сотрудника: будь то администратор службы приёма и размещения, горничная или хаусмен. Во-вторых, немаловажно продемонстрировать все внутренние зоны, предназначенные для персонала: раздевалки и санитарные узлы, столовая, офис, входы и выходы для персонала. Этот процесс можно совместить с представлением вновь прибывшего со всеми членами команды в каждом демонстрируемом отделе.

В-третьих, перед вступлением в должность новому сотруднику необходимо выдать информационную папку с процедурами и стандартами отеля, униформу, пропуск и т. п.

В-четвертых, в первые дни вступления сотрудника в должность довести до него миссию, философию, ценности отеля, особенности корпоративной культуры, принятые традиции. Чтобы сотрудник чувствовал себя комфортно — ему необходимо полностью владеть информацией о своем месте работы, как и что принято в этой компании, а что не приветствуется.

Если в отеле проходят организационные мероприятия для сотрудников: летучки, собрания, то важно представлять на них каждого вновь прибывшего сотрудника.

Все вышеперечисленные шаги очень просты — но, к сожалению, во многих отелях о них часто забывают или не считают необходимыми. В то же время они играют принципиально важную роль в адаптации сотрудника и влияют на его дальнейшее желание продолжить работу в конкретном отеле, а не покинуть его спустя пару месяцев.

В период адаптации нового персонала грамотным решением станет предоставление краткосрочного обучения основам деятельности конкретного отеля. Необходимо разработать небольшие тренинги и семинары об особенностях работы в отеле конкретного уровня, о целевой аудитории и взаимодействии с гостями и ра-

боте с конфликтами, о специфике работы служб отеля и их взаимодействии между сотрудниками. Ознакомить нового сотрудника с АСУ, продуктами и услугами предприятия. Полезно будет изучить партнеров и конкурентов, почитать отзывы и описания, выявить сильные и слабые стороны.

Основной ступенью адаптации нового сотрудника является его стажировка в должности департамента, куда он поступил на работу. Сам по себе процесс стажировки непрерывен на протяжении всего испытательного срока. Но есть этапы, которые следует изучить уже в первые недели работы. К ним можно отнести:

— изучение стандартов и специфики работы службы, к которой относится должность сотрудника;

— изучение особенностей, основных процедур и чек-листов занимаемой должности, а также обязанностей и зоны ответственности согласно должностной инструкции.

Главным условием успешной стажировки будет являться нахождение нового сотрудника под постоянным контролем куратора. Куратор должен контролировать и консультировать по всем возникающим вопросам, помогать в решении различных ситуаций на начальных этапах. Таким куратором может выступить либо начальник департамента, в которую принят сотрудник, либо супервайзер. Важно, чтобы у куратора был и необходимый опыт, и желание обучать.

Для этого следует мотивировать куратора, что будет являться мотивом для эффективного обучения стажера.

В виде поощрения можно использовать не только денежную доплату, но и, например, дополнительный день к отпуску, сертификат на услуги партнеров вашего отеля и др. Не нужно забывать и о нематериальном стимулировании в рамках отеля.

По окончании испытательного срока (и программы адаптации) рекомендуется наставнику и сотруднику подвести итоги стажировки, еще раз пройтись по всем основным моментам самостоятельного вступления в должность, ответить на возможные вопросы новичка.

Какие шаги можно внедрить на этапах адаптации сотрудника для планирования его карьеры? Сперва необходимо определить все возможности развития и роста для сотрудников. Какие обучающие программы, курсы, тренинги, про-

екты и виды кураторства может предложить отель? Существует ли реальная возможность карьерных передвижений вертикально или горизонтально? Новый сотрудник, приходя в отель на работу или практику/стажировку, должен быть введен в курс дела обо всех перспективах продвижения в отеле. Что необходимо сделать для карьерного роста? Какими качествами обладать? В каких мероприятиях принимать непременно участие и проявлять себя? Необходимо делиться историями успеха персонала — приемы заразительны, и воодушевляют.

Кроме того, можно рекомендовать с середины испытательного срока проводить личные беседы с сотрудниками. Раскрыть потенциал, вы-

явить его заинтересованность роста в том или другом департаменте отеля.

Зачастую, небольшие отели не располагают возможностями именно карьерного роста, но это не значит, что персонал нельзя развивать и предлагать им участие в разного рода проектах, в которых возможна дополнительная финансовая мотивация и расширенный (новый) круг обязанностей. Специфика гостиничного бизнеса тем и привлекательна, что у нее нет жестких границ — отель, располагая своими главными ресурсами, может расширять спектр дополнительных услуг для гостей. Тем самым добавляя новые и интересные проекты в деятельность своих сотрудников.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мухаметова А. Ф., Суворова А.А. Проблема адаптации молодых специалистов // Инновационная наука. — 2015. — №7-1. — С. 134–137.

2. Перевалова Ольга Сергеевна, Баркалов Сергей Алексеевич, Калинина Наталия Юрьевна, Батракова Дарья Николаевна. Модель закрепления ученика за наставником в системе обучения персонала организации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. — 2021. — №2. — С. 92–103.

3. Степаненко Елена Владимировна. Факторы профессионального становления молодых специали-

стов // Научный вестник МГТУ ГА. — 2014. — №202. — С. 70–41.

4. Сувалов О. С., Сувалова Т. В. Актуальные направления привлечения молодых специалистов в организации // Вестник ГУУ. — 2020. — №8. — С. 79–82.

5. Сувалов О.С., Сувалова Т. В. Актуальные технологии обучения персонала в гостиничном бизнесе // Вестник ГУУ. — 2020. — №6. — С. 83–87.

6. Труфанова Татьяна Анатольевна. Профессиональная адаптация выпускников вузов как особой категории рабочей силы // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — №2. — С. 136–142.

*Мурмилюк Виталий Иванович*

преподаватель  
Колледж бизнеса и технологий  
Санкт-Петербургского государственного экономического университета  
vit13m@mail.ru

## ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ СОВМЕСТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА СОВМЕСТНО С ФИНСКИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ

**Аннотация.** Опыт применения международного сотрудничества в сфере профессионального образования всегда имел важное значение для любой специальности. В сфере туризма и гостеприимства такие программы имеют определяющее значение, так как выпускники должны обладать необходимым объемом знаний на родном и иностранном языках. Для Санкт-Петербурга наиболее привлекательной страной в плане сотрудничества является ближайшая Финляндия, которая обладает большим количеством учебных заведений профессионального образования.

**Ключевые слова:** туризм, Финляндия, образование, международные образовательные программы.

*Murmilyuk Vitaliy I.*

Teacher  
College of Business and Technology  
Saint Petersburg State University of Economics

## EXPERIENCE IN ORGANIZING JOINT EDUCATIONAL PROGRAMS IN THE TOURISM INDUSTRY IN CONJUNCTION WITH FINNISH EDUCATIONAL INSTITUTIONS

**Summary.** The experience of using international cooperation in the field of vocational education has always been important for any specialty. In the field of tourism and hospitality, such programs are of decisive importance, since graduates must have the necessary amount of knowledge in their native and foreign languages. For St. Petersburg, the most attractive country in terms of cooperation is the nearest Finland, which has a large number of vocational education institutions.

**Keywords:** tourism, Finland, education, international educational programs.

В современных условиях пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19) в особо ограниченные условия встал вопрос обмена опытом с зарубежными партнерами. Индустрия туризма понесла огромные убытки с закрытием границ и введением различных ограничений. В сложившейся ситуации особый интерес может вызвать состояние международных образовательных программ, в рамки которых входит обмен студентами для прохождения производственной практики.

Сотрудничество с Финляндией осуществляется в большей степени на инициативной основе. Эту инициативу возглавляет с финской стороны Национальное управление образования Финляндии, с российской стороны — Федеральный институт развития образования. В рамках этой деятельности существует ряд проектов и сеть российских и финских образовательных организаций, ведущих обмен студентами и преподавателями.

Международное сотрудничество играет важную роль в образовательном процессе и обмене опытом при подготовке профессиональных кадров. Представитель профессионального колледжа «Екамі» (регион Южный Кюоменлааксо, Финляндия) Ирина Кярккяйнен поделилась опытом участия в международном российско-финском проекте по подготовке кадров в индустрии туризма.

Колледж «Екамі» занимается подготовкой специалистов по 60 направлениям профессиональной подготовки, в том числе подготовкой специалистов по туризму. Колледж проводит обучение более чем 5000 студентов в регионе Котка-Хамина (юго-западная Финляндия) в возрасте от 15 до 65 лет и является седьмым по величине работодателем в регионе, предоставляя 350 рабочих мест. Учебное заведение проводит обучение выпускников школ после 9-го класса, а также профессиональную переподготовку и повышение квалификации.

Важную роль в деятельности колледжа занимает международное сотрудничество с учебными заведениями других стран. Успешный опыт связывает «Ekamі» с университетами и колледжами Санкт-Петербурга. Основными задачами международного сотрудничества являются:

- расширение и углубление профессиональных связей;
- обмен опытом в области организации профессионального образования;
- подготовка студентов и преподавателей к деятельности в рамках международного сотрудничества;
- организация и принятие участия в конкурсах профессионального мастерства;
- развитие межкультурной коммуникации.

В январе 2020 года в рамках международного сотрудничества был подписан договор об организации проекта «ImProfEdu» (Improving Professional Education), длительность проекта развития профессионального образования составила 30 месяцев.

С российской стороны представителями в проекте выступили Санкт-Петербургский институт бизнеса и инноваций, СПбГБПОУ «Петровский колледж», а также СПбГБПОУ «Санкт-Петербургский архитектурно-строительный колледж».

В качестве ведущего партнера со стороны Финляндии выступил «KSAO» (Профессиональный колледж региона Куовола) и в качестве рядового партнера колледж «Ekamі» (Профессиональный колледж региона Южный Кюменлааксо).

Финансирование проекта осуществлялось за счет средств «Программы поддержки сотрудничества Российской Федерации и Юго-Восточной Финляндии СВС 2014–2020 гг.», организаторами которой выступили Европейский союз, Российская Федерация и Финляндская республика.

Основными задачами проекта, которые были определены участниками, были определены:

- выявление и уточнение потребностей рынка труда России и Финляндии;
- создание уникальной межкультурной программы по определенным направлениям профессионального образования, в том числе таким, как «туризм», «парикмахерское искусство», «дизайн интерьера», «бизнес-администрирование»;
- развитие совместной деятельности образовательных учреждений России и Финляндии исходя из требований современного рынка труда;

- прохождение профессиональной подготовки студентами на иностранном языке (официальным языком программы является английский);

- осуществление и развитие межкультурной коммуникации как в среде студентов, так и среди педагогического состава.

В Финляндии регулярно на государственном уровне поднимается вопрос развития качества профессионального образования, и все реформы в области образования направлены на то, чтобы среднее профессиональное образование максимально отвечало потребностям рынка труда. Особенно ярко это влияние отражается на регионе юго-восточной Финляндии.

Несмотря на то, что учебные программы по участвующим специальностям отличаются в России и Финляндии, благодаря формату проекта эти различия становятся незначительными и приносят пользу как для обмена опытом, так и для формирования образа будущего взаимодействия на международном рынке.

В современном мире всем участникам процесса подготовки кадров необходимо участвовать в межкультурной коммуникации. Молодые люди, подростки и люди среднего возраста могут принимать активное участие в этом процессе посредством информационных технологий, социальных сетей и путешествий. А также не стоит забывать о педагогических кадрах старшего возраста, которым могут помочь процессы глобализации для расширения профессионального опыта.

Согласно разработанному плану проекта «ImProfEdu» на долю колледжа «Ekamі» выпали следующие функции:

- организация производственной практики для участников проекта на бытовом уровне в регионе Южный Кюменлааксо (размещение, взаимодействие с рабочими местами, поддержка студентов в бытовых вопросах);
- координирование процесса международной производственной практики с использованием различных каналов коммуникации;
- практическое участие преподавателей профессиональных дисциплин в подготовке учебных материалов для образовательной платформы;
- консультирование студентов-участников проекта;
- активное участие в проводимых мероприятиях.

В связи с возникшими ограничениями, обусловленными пандемией коронавирусной инфекции (COVID-19) и закрытием российско-

финской границы реализовать первый пункт не удалось. Студенты из России и Финляндии не смогли воспользоваться возможностями программы и пройти производственную практику за рубежом. Организаторы выражают надежду, что в ближайшее время ситуация улучшится, и план проекта сможет быть реализован в полном объеме.

В таких условиях студенты смогут познакомиться с рабочими местами и пройти производственную практику на объектах индустрии туризма. Взаимодействие с работодателем осуществляет принимающая сторона.

Учебные материалы подготавливаются ведущими преподавателями при сотрудничестве «Ekamі», педагогических кадров из городов Куовола и Санкт-Петербурга. В обязанности преподавателей в том числе входит привлечение студентов и консультирование в ходе проекта.

Часть из запланированных мероприятий уже была проведена. Начало программы ознаменовалось исследованием потребностей рынка труда в России и Финляндии. Петербургскими участниками была разработана анкета, и при помощи нее были опрошены представители рынка труда Юго-Восточной Финляндии. В связи с условиями пандемии опросы происходили посредством дистанционных средств связи. Представители работодателей с энтузиазмом откликнулись, и результаты анкетирования были переданы в Санкт-Петербург, обработаны и, исходя из ответов, сделаны выводы, которые были использованы для дальнейшей работы проекта.

Следующим шагом в реализации проекта были запланированные виртуальные встречи с партнерами, преподавателями и студентами.

Было проведено несколько встреч с целью разработки методических материалов для образовательной платформы. Большой сложностью, с которой организаторы столкнулись в ходе реализации проекта, стала огромная разница в учебных программах колледжей двух стран. Наиболее значимо это различие проявилось в количестве часов на изучение тех или иных дисциплин, что потребовало от финских и российских преподавателей большого объема работы для создания единого материала, подходящего для обеих сторон. Благодаря выполнению этой работы и тесному сотрудничеству между преподавателями, студентами и организаторами удалось переквалифицировать возникшие сложности в возможности для дополнительного обмена опытом.

Работа со студентами внутри учебных заведений потребовала определенного времени и усилий, но итогом стали регулярные онлайн-встречи по отраслям с участниками проекта. Кроме того, участники проекта смогли поделиться опытом во время проведения специализированных вебинаров и других онлайн-мероприятий.

В ближайшем будущем в рамках проекта планируется дальнейшая работа над материалами для образовательной платформы и их внедрение в образовательный процесс. В случае открытия границ планируется организация очных встреч, а в данный момент проведение онлайн-конференций. В случае возможности свободного пересечения российско-финской границы запланирована реализация знакомства с местами производственной практики и прохождение студентами обучения на рабочих местах.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Материалы конференции «Опыт реализации проектов в сфере профессионального образования индустрии туризма и гостеприимства», Ирина Кярккяйнен, колледж «Ekamі» (Профессиональный колледж региона Южный Кюменлааксо).

2. Международное сотрудничество в сфере профессионального образования: Россия — Германия. Россия — Финляндия / Е.Ю. Есенина, А.А. Факторович. — М., 2014. — 88 с. (Содержание, формы и методы обучения в высшей школе: Аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования / ФИРО; Вып. 9).

## РОЛЬ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация.** В статье приведено состояние туристического рынка Бухарской области, на основе исследований предложены инновационные туристические кластеры. Для обеспечения конкурентоспособности и качественного сервиса были выявлены недостатки и предложены рекомендации для улучшения системы подготовки кадров для туристической отрасли.

**Ключевые слова:** туристический кластер, глобальные системы бронирования, кейс и свот анализ, гастрономический туризм, твердые и гибкие навыки.

*Narziev Mirfayz M.*

PhD student in Bukhara State University,  
Department of Service economy, Uzbekistan

## ROLE OF STAFF TRAINING IN THE FORMATION OF TOURIST CLUSTERS IN BUKHARA REGION

**Summary.** The article describes the present situation of the tourist market of Bukhara region, on the basis of research, innovative tourist clusters are proposed. To ensure competitiveness and quality service, shortcomings in personnel training were identified and recommendations were made to improve the training system for the tourism industry.

**Keywords:** Tourism cluster, Global Booking Systems, case and SWOT analysis, gastronomic tourism, hard and soft skills.

Вместе с развитием туристической индустрии расширяется спектр оказываемых во время путешествия услуг, и растет потребность в улучшении их качества. Эту проблему невозможно решить без квалифицированного персонала.

С сентября 2016 года Узбекистан рассматривает туризм как стратегическое направление экономики и провел ряд важных реформ для его развития.

В то же время, безвизовый въезд в 76 стран, легкий визовый режим для 77 стран и возможность безвизового въезда на срок до 5 дней для граждан 55 стран для въезда в третью страну увеличили в разы поток иностранных туристов.

Еще одним важным направлением реформирования стало развитие туризма на основе кластерного подхода, что должно привести к повышению качества услуг и туристического потенциала региона в целом.

Понятие кластера и теорию кластерного подхода представил в своих научных трудах про-

фессор Гарвардского университета Майкл Портер. В своей книге «Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран» [1, с. 105] Портер описывает кластер как группу географически взаимосвязанных компаний и связанных организаций, которые работают вместе в определенной области и дополняют друг друга. Географический размер кластера может расширяться от одного города к другому или даже к ряду соседних государств. Кластер можно рассматривать как систему взаимосвязанных фирм и организаций, которые вместе образуют систему ценностей.

Есть также мнения других ученых о туристических кластерах, некоторые из которых следующие: Бойко А.Е. [2, с. 24]: «туристический кластер — это группа многопрофильных туристических организаций, действующих на основе цепочки потребителей — производителей туристических услуг — поставщиков — поддерживающих организаций, расположенных

в одном географическом месте”. Ferreira J., Estervo C. [2, с. 5]: “туристический кластер — это группа географически близких компаний, общественных организаций и соответствующих структур, использующих туристско-рекреационный потенциал, формирующих и обслуживающих туристские потоки”.

Бухарская область расположена на Великом Шелковом Пути и привлекает туристов со всего мира. В 1993 году исторический центр города Бухары был включён в список городов Всемирного наследия ЮНЕСКО и в 1997 году был отпразднован 2500-летний юбилей древнего города. По состоянию на август 2021 года в городе насчитывается 829 исторических памятников, 451 гостиница и другой объект размещения, 130 туристических компаний, более 50 ресторанов, а в 2019 году количество туристов, посетивших только Бухару, достигло 3,6 миллиона человек. Примечательно, что это число увеличилось на почти в 4,5 раза по сравнению с 2016 годом (812 тысяч), когда количество иностранных туристов превысило 600 тысяч, а вклад в экономику области составил 130 миллионов долларов США.

Результаты проведенного автором исследования показывают, что для повышения туристической привлекательности Бухары, увеличения

потока туристов и создания новых рабочих мест, целесообразно создание следующих инновационных туристических кластеров (Таблица).

Чтобы организовать качество услуг в предлагаемых новых туристических кластерах в соответствии с мировыми стандартами большое внимание следует уделять подготовке специалистов в области туризма, их профессиональному развитию.

В настоящее время в Бухарской области таких специалистов со средним специальным образованием готовит Бухарский туристический колледж, а специалистов с высшим образованием обучают на факультете экономики и туризма Бухарского государственного университета (БухГУ). Кроме того, Филиал французского университета “Vatel” и Филиал индонезийского университета “Гунадарма” тоже готовят специалистов в области туризма в БухГУ.

Однако в настоящее время существует ряд недостатков в подготовке специалистов в сфере туризма, к которым можно отнести недостатки:

- в овладении иностранными языками;
- в знании особенностей делового общения в сфере туризма, делового этикета;
- в использовании современных технологий в сфере туризма (Opera, Micros, Booking.com, Expedia, TripAdvisor, Airbnb, Trivago) и другие.

#### Предлагаемые инновационные туристические кластеры

№	Название туристического кластера	Участники кластера	Кластерная деятельность
1.	Вкусная Бухарская кухня ( <i>Yummy Bukhara Cuisine</i> )	Рестораны, которые готовят, обучают и продают узбекские национальные блюда и десерты	Гастрономический туризм
2.	Бухарские летние сюрпризы ( <i>Bukhara Summer Surprises</i> )	“Bukhara Desert Oasis”, “Silk Road Family Resort”, Заповедник “Жайрон”	Поездка в пустыню летом и семейный отдых на берегу озера Тудакуля.
3.	Ислам и Священная Бухара ( <i>Islam &amp; Holy Bukhara</i> )	Посещение Комплекса Имама Бухарий, Мемориального комплекса 7 Пиров Бухары и Чор-Бакра.	Религиозный / паломнический туризм
4.	Аутентичное бухарское здравоохранение ( <i>Authentic Bukhara Healthcare</i> )	Лечение солью и песком летом, отдых в старинных банях зимой, очищение крови через хиджама (медицинское кровопускание).	Лечебный туризм
5.	Волшебное бухарское национальное искусство ( <i>Magic Bukhara National Art</i> )	Знакомство и обучение древним ремеслам Бухары, ювелирному делу, золотошвейной вышивке, кузнечному делу.	Ремесленный туризм



Чтобы предотвратить эти недостатки и улучшить систему подготовки кадров для туристической отрасли, рекомендуется сделать следующее:

1) дать углубленные теоретические и практические знания о туристических кластерах, об их участниках и сфере деятельности;

2) посещать туристические кластеры, знакомиться с ними и проводить там мобильные занятия;

3) проводить кейс-изучение (case study), аналитический анализ, SWOT анализ, анализ эффективности деятельности туристических кластеров, выявлять недостатков кластеров, предоставлять теоретические и практические рекомендации для их успешного решения;

4) организовать проведение квалификационной практики студентов в туристических кластерах с целью совмещения теории с практикой;

5) организовать стажировки студентов с целью изучения деятельности глобальных туристических кластеров;

6) разрабатывать новые учебные программы о туристических кластерах, проводить обучение с привлечением международных экспертов в данной области;

7) повышать практические навыки студентов путем проведения конкурсов среди студентов по созданию новых инновационных туристических продуктов для туристических кластеров;

8) формировать умения свободно работать в глобальных системах бронирования (GDS);

9) организовать обеспечение того, чтобы будущие профессионалы нашли свое любимое место в будущем, формируя у них “твердые” и “гибкие” навыки (hard skills & soft skills);

10) поддерживать постоянную связь с выпускниками и создавать специальные учебные/практические курсы для их переподготовки и повышения квалификации.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Портер М. Международная конкуренция: Конкурент. преимущества стран: [Пер. с англ.] / Майкл Портер; [Предисл. В. Д. Щетинина]. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 895,[1] с

2. Бойко А.Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности турист-

ских услуг: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — Новосибирск, 2011. — 24 с.

3. Ferreira J., Estevro C. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A. Conceptual Model Proposal // MPRA Paper № 14853., Posted 25. April. — 2009. — p. 5.

*Романюк Антон Викторович*

к.э.н., доцент

кафедра индустрии гостеприимства, туризма и спорта  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва  
RAVREU@yandex.ru

## ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» С УЧЕТОМ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

**Аннотация.** В статье рассматривается, каких компетенций ожидают работодатели гостиничного бизнеса России от выпускников программы по направлению «Гостиничное дело» и как современные российские академические стандарты соотносятся с этими требованиями. Необходимость мониторинга и соответствия образовательных результатов требованиям отрасли представляется одной из основных проблем развития гостиничной сферы в России.

**Ключевые слова:** компетенции, компетентностная модель, гостиничное дело, гостеприимство, бакалавриат, магистратура.

*Romanyuk Anton V.*

Ph.D., Associate Professor,  
Department of Hospitality Industry, Tourism and Sports  
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

## WAYS OF IMPROVING EDUCATIONAL PROGRAMS OF “HOTEL BUSINESS” TAKING INTO ACCOUNT THE COMPETENCE APPROACH

**Summary.** The article examines what competencies employers of the Russian hotel business expect from graduates of the program in the direction of “Hospitality” and how modern Russian academic standards relate to these requirements. The need for monitoring and compliance of educational results with the requirements of the industry is one of the main problems of the development of the hotel industry in Russia.

**Keywords:** competencies, competence model, hotel business, hospitality, bachelor’s degree, master’s degree.

**Введение.** Российская индустрия гостеприимства и туризма за последние 20 лет претерпела кардинальные изменения. Это отражается в увеличении числа российских туристов, выезжающих за рубеж, туристических компаниях, предлагаемых направлениях и так далее. Рыночные и политические изменения, произошедшие в стране в начале 1990-х годов, оказали глубокое влияние на структуру индустрии гостеприимства и туризма, что вызвало рост спроса на специалистов в этом секторе национальной экономики и, как следствие, привело к увеличению числа учебных заведений и образовательных программ. Некоторые из этих программ относятся к системе высшего образования (программы бакалавриата, магистратуры и докторантуры).

После подписания Болонского соглашения российская система высшего образования перешла к компетентностному подходу, который обычно используется в европейских и россий-

ских академических программах и программах курсов. В течение длительного периода времени образовательные стандарты строились в рамках 5-летней образовательной программы, однако после подписания Болонского соглашения такая практика изменилась. Большинство образовательных стандартов бакалавриата и магистратуры устанавливаются российским правительством в рамках компетентностного подхода, хотя некоторые университеты имеют полномочия устанавливать свои собственные стандарты. Тем не менее, компетентностный подход еще не полностью разработан в гостиничных программах бакалавриата и магистратуры по направлению «Гостиничное дело» по нескольким причинам. Таким образом, отношения между предприятиями сферы гостеприимства и академическими кругами после перехода на 4-летнюю степень бакалавра и 2-летнюю степень магистра (с 5-летней степени специалиста) претерпели значитель-

ные изменения. Уровень бакалавриата был более восприимчив к корректировкам, потому что он мог просто воспроизвести текущие отношения между предприятиями сферы гостеприимства и университетами в рамках 5-летнего плана обучения. Но в индустрии гостеприимства на данный момент нет полного понимания того, чем компетенции уровня магистратуры отличаются от компетенций уровня бакалавриата. Это можно объяснить тем фактом, что в России насчитывается менее 40 магистерских программ в сфере гостеприимства.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Однако отрасль требует от недавних выпускников компетенций, указанных в профессиональных стандартах. В результате наблюдается значительное несоответствие между образовательными и профессиональными стандартами в гостиничной сфере. Это институциональный пробел, который был лишь незначительно исследован учеными. С начала 1980-х годов среди ученых и практиков растет интерес к исследованиям, посвященным изучению того, какими компетенциями должны обладать выпускники сферы гостеприимства и туризма [8, 10, 12, 18, 19]. Большинство исследователей и практиков согласны с тем, что выпускники по направлению «Гостиничное дело» должны овладеть концептуальными, межличностными, техническими, лидерскими и административными компетенциями [14]. Следовательно, все больше и больше образовательных программ охватывают подходы и результаты, основанные на компетенциях [7]. Хотя компетентностный подход стал нормой в российской системе высшего образования, было предпринято лишь несколько исследовательских попыток исследовать этот предмет в академической области [1, 2, 3].

Кроме того, тема компетенций в сфере гостеприимства и туризма имеет ряд несоответствий и пробелов в знаниях, как в российской академической литературе, так и в международных публикациях. В частности, классификации компетенций и методы, используемые для их получения, различаются у разных авторов, что затрудняет сравнение и обобщение. Например, в исследовании были использованы такие термины, как компетенции и навыки, взаимозаменяемо, с небольшой дифференциацией [10]. Эмоциональный интеллект, мягкие навыки и эмоциональные компетенции также часто используются взаимозаменяемо, хотя эти термины

не идентичны [13, 17]. Точно так же нет твердого соглашения о том, что такое компетенция. Например, в Соединенных Штатах термин «компетенции» определяется как «базовые характеристики человека, которые приводят или вызывают эффективную и выдающуюся работу» [6]. В Соединенном Королевстве и Австралии компетенции рассматриваются как ряд стандартов профессиональной деятельности или профессий, полученных на основе анализа должностных функций на рабочем месте [16]. Также отсутствует исследование компетенций для конкретных областей в сфере гостеприимства и туризма, таких как управление недвижимостью, общественное питание, планирование мероприятий и т. д.

Однако большинство существующих исследований рассматривают компетенции в сфере гостеприимства в целом, что может вводить в заблуждение. Например, в исследовании было отмечено, что специалисты по обслуживанию продуктов питания уделяют больше внимания техническим компетенциям, в то время как специалисты по размещению, как правило, отдают предпочтение межличностным компетенциям [14]. Поэтому необходимы дополнительные исследования в конкретных областях гостиничного бизнеса и туризма и, в частности, в гостиничной индустрии.

Еще одним пробелом в существующей литературе по компетенциям является то, что большинство публикаций и эмпирических исследований посвящены компетенциям студентов старших курсов бакалавриата. Было предпринято очень мало попыток изучить компетенции программ уровня магистратуры [11]. Ожидается, что выпускники программ магистратуры, как правило, получают руководящие должности начального уровня; таким образом, их компетенции должны отражать потребности в управленческой деятельности, а не потребности линейных сотрудников. В исследованиях отмечается, что традиционные технические навыки всегда будут иметь первостепенное значение для передовых сотрудников, но в то же время на уровне управленческой должности другие компетенции становятся первостепенными [9]. Ожидается, что выпускники, поступающие на руководящие должности, овладеют эмоциональными и межличностными коммуникативными компетенциями, поскольку они должны эффективно решать личные, гостевые и проблемы линейных сотрудников, сохраняя при этом положительные эмо-

циональные проявления в ситуациях, которые обычно вызывают негативные эмоциональные реакции. Несмотря на несоответствия и пробелы, выявленные выше, большинство ученых согласны с тем, что компетенции выпускников программ магистратуры можно рассматривать как важную тему исследования. Принимая во внимание тот факт, что российская гостиничная индустрия претерпела значительные изменения, и, следовательно, существует высокий спрос на высококвалифицированных выпускников магистратуры, можно сделать вывод, что соответствие компетенций, заявленных российскими гостиничными программами магистратуры, потребностям отрасли является важной и потенциально неиспользованной областью исследований. В заключении следует отметить, что основная задача

современного университета разделяется на 2 пути:

— формирование и реализация механизмов по адаптации запросов работодателей отрасли и формируемых ВУЗам компетенций;

— прогнозирование возникновения новых профессий и компетенций с целью ежегодного обновления учебных планов по направлениям подготовки.

Дальнейшее развитие исследования направлено на разработку механизмов по реализации указанных направлений. Ответы на поставленные вопросы важны с практической точки зрения, поскольку они могут дать рекомендации, как привести компетенции, заявленные учебными заведениями, в соответствие с потребностями отрасли в России.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кушева Н.Б. Формирование профессиональных компетенций в программах прикладного бакалавриата для сферы туризма и гостеприимства // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: Экономика. — 2012. — №7(58). — С. 100–108.
2. Наумова Г.Р. Контекстный подход в развитии общих компетенций будущих специалистов гостеприимства // Казанская наука. — 2011. — № 10. — 302–304.
3. Панина Е.Е. Практическое изучение формирования компетенций у будущих специалистов сферы гостеприимства // Научные проблемы гуманитарных исследований. — 2009. — №1. — С. 89–97.
4. Радыгина Е.Г. Формирование сервисных компетенций работника сферы гостеприимства // Педагогическое образование в России. — 2014. — № 3. — 45–49.
5. Решетникова К.В., Предводителева М.Д. Компетентностная модель обучения магистров в сфере гостеприимства и туризма: опыт формирования научно-исследовательских и аналитических компетенций // Университетское управление: практика и анализ. — 2016. — № 3 (103). — С. 95–103.
6. Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager*. New York, NY: Wiley.
7. Brownell, J., & Chung, B. (2001). The management development program: A competency-based model for preparing hospitality leaders. *Journal of Management Education*, 25 (2), 124–145. doi:10.1177/105256290102500203
8. Buergermeister, J. (1983). Assessment of the educational skills and competencies needed by beginning hospitality managers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 8, 38–53.
9. Chu, B., & Murrmann, S. (2012). When we are onstage, we smile: The effects of emotional labor on employee work outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 906–915. doi:10.1016/j.ijhm.2011.10.009
10. Chung-Herrera, B., Enz, C., & Lankau, M. (2003). Grooming future hospitality leaders: A competencies model. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44, 17–29.
11. Enz, C. A., Renaghan, L. M., & Geller, N. (1993). Graduate level education: A survey of stakeholders. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(4), 90–95.
12. Kay, C., & Russette, J. (2000). Hospitality-Management competencies: Identifying manager's essential skills. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(2), 52–63. doi:10.1177/001088040004100217
13. Lolli, J. C. (2013). Interpersonal communication skills and the young hospitality leader: Are they prepared? *International Journal of Hospitality Management*, 32, 295–298. doi:10.1016/j.ijhm.2012.02.010
14. Millar, M., Mao, Z., & Moreo, P. (2008) Hospitality management educators vs. the industry: A competency assessment. *Hospitality Management*, Paper 6. Retrieved from <http://repository.usfca.edu/hosp/6>
15. Predvoditeleva M., Reshetnikova K., Slevitch L. Hospitality Master's Program Competencies: The Case of the Russian Hotel Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Education*. 2019. Т. 31. № 4. С. 246–255.
16. Robotham, D. (2003). Learning and training: Developing the competent learner. *Journal of European Industrial Training*, 27(9), 473–480. doi:10.1108/03090590310506487
17. Scott-Halsell, S. A., Blum, S. C., & Huffman, L. (2008). Emotional intelligence in hospitality industry professionals. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 7(2), 135–152. doi:10.1080/15332840802156873
18. Suh, E. J., West, J. J., & Shin, J. U. (2012). Important competency requirements for managers in the hospitality industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 11(2), 102–112. doi:10.1016/j.jhlste.2012.02.005
19. Tas, R. F. (1988). Teaching future managers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29(2), 41–43. doi:10.1177/001088048802900215

*Семенова Людмила Валерьевна*

к.э.н. доцент  
заведующая кафедрой социально-культурного сервиса и туризма  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград  
LSemenova@kantiana.ru

*Белоус Елена Дмитриевна*

магистрант  
направление подготовки Гостиничное дело  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград  
belous\_99@mail.ru

## СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** Проанализировано влияние новой коронавирусной инфекции на мировую и российскую экономику. Пандемия оказала негативный эффект на международный рынок. Пострадали многие сферы экономики, в том числе и гостиничная. Изучен событийный туризм, его основные характеристики. Было выявлено его положительное влияние на индустрию гостеприимства.

**Ключевые слова:** коронавирус, пандемия, событийный туризм, индустрия гостеприимства, событийные мероприятия, экономика.

*Semenova Lyudmila V.*

Assistant Prof., PhD  
Head of the Department of Social and  
Cultural Service and Tourism  
Institute of Economics, Management and Tourism  
Immanuel Kant Baltic Federal University

*Belous Elena D.*

Master student  
Program Hotel business  
Institute of Economics, Management and Tourism  
Immanuel Kant Baltic Federal University

## EVENT TOURISM AS A DEVELOPMENT DRIVER OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

**Summary:** The impact of the new coronavirus infection on the world and Russian economies has been analyzed. The pandemic has had a negative effect on the international market. Many sectors of the economy have suffered, including the hotel industry. Studied event tourism, its main characteristics. Its positive impact on the hospitality industry has been identified.

**Keywords:** coronavirus, pandemic, event tourism, hospitality industry, events, economy.

Экономическое развитие стран и территорий, наличие различного рода ресурсов (культурно-исторических, природно-климатических, рекреационных и пр.) являются драйвером развития не только самих этих территорий, но оказывают синергетический эффект на развитие многих отраслей, органов местной власти и самоуправления [6].

В 2020 году из-за пандемии коронавирусной инфекции произошел спад мировой экономики. Так, в частности российская экономика упала на 3,1% по данным Росстата. Наибольшее сокращение добавленной стоимости произошло в сфере

туризма. На 24% снизилась добавленная стоимость гостиничного и ресторанного бизнеса [5]

В настоящее время, в связи с вакцинированием населения и последующем снятием ряда ограничительных мер, мировая экономика в целом, и российская, в частности, растет. В оценке ВВП за второй квартал 2021 года от Росстата индекс физического объема ВВП к соответствующему периоду 2020 года составляет 110,5%. Наибольший рост добавленной стоимости наблюдается у гостиниц и ресторанов — 109,2%, а также в сфере культуры и спорта — 34,5% [4].

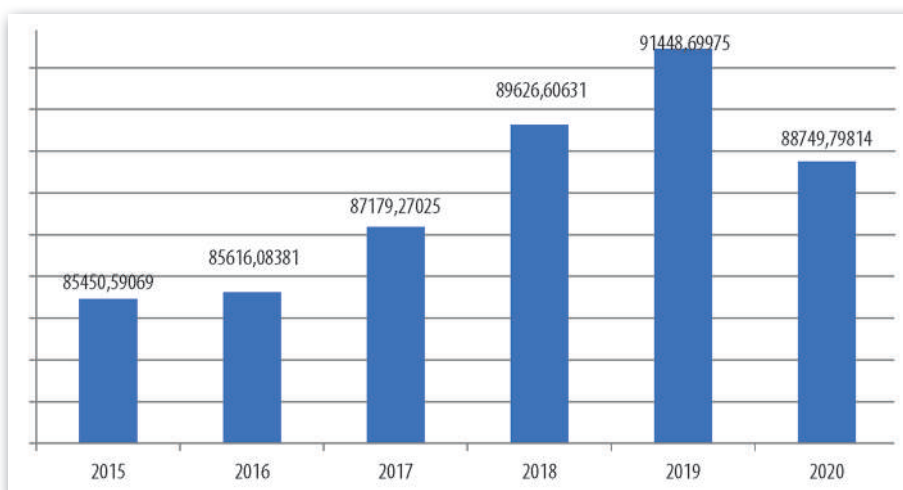


Рисунок 1 — ВВП Российской Федерации 2015–2020 гг. (в ценах 2016г., млрд руб.) [5]

Анализируя гистограмму, видно, что ВВП 2020 года показало снижение к 2019 и 2018 года. Наибольшего уровня внутренний валовой продукт достиг в 2019 года и составил более 91 млрд рублей.

Гостиничный и ресторанный бизнес напрямую связаны с культурными и спортивными мероприятиями. Подобные мероприятия, а также их посещение и организация выделяются в отдельную категорию туризма — событийный.

В научных кругах термин «событийный туризм» стал рассматриваться недавно. Он совмещает в себе традиционный, обычный отдых с участием в зрелищных мероприятиях. Основная цель путешествия приурочена к посещению какого-либо события. Событийный, как и другие

виды туризма, имеет ряд отличительных характеристик, представленных на рисунке 2.

Наиболее яркими и характерными являются такие отличительные признаки как: зрелищность, регулярность и массовость.

Термин «событийный туризм», один из видов деятелей в области туризма М.Б. Биржаков, описывает как: «значимую часть культурного туризма, которая ориентирована на посещение дестинации в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением» [1].

Этот вид туризма объединяет в себе такие виды туризма как: культурный, спортивный, выставочный, а также, например, религиозного.



Рисунок 2 — Характеристики событийного туризма [3]

Основу событийного туризма составляют событийные мероприятия. Существуют разные типы событийных мероприятий. Можно выделить: турниры, ярмарки, концерты, фестивали.

Виды представленных мероприятий можно классифицировать по масштабу проведения: международные, национальные, региональные и локальные события. По частоте проведения: разовые и регулярные. А также по возрастной категории: детские, молодежные, ориентированные на взрослое население и без возрастных ограничений.

Наибольшей привлекательностью обладает спортивное направление, поскольку создает уникальные возможности для рекламы. Крупными ежегодным спортивным событийным мероприятием является «Лига Чемпионов», которая проходит в разных городах. Проведение матчей турнира повышает спрос на различные отрасли экономики, в том числе и на услуги средств размещения. Спрос на услуги средств размещения обусловлен необходимостью поселить команды, включая тренерский штаб, а также болельщиков, которые приехали посетить матч. На финальный матч приезжает более 65 тысяч человек, как было в 2019 году. В 2020–2021 году из-за пандемии коронавирусной инфекции количество зрителей снизилось.

Такие глобальные событийные мероприятия, как Лига чемпионов, Олимпийские игры или Чемпионаты мира включаются в стратегию экономического развития различных стран. Делается это заранее, чаще всего за несколько лет до проведения. В качестве примера, можно рассмотреть Чемпионат мира 2018 по футболу, который проходил в России.

Место проведения чемпионата определяется не менее чем за 6 лет до турнира голосованием членов исполнительного комитета ФИФА. В январе 2009 года Виталий Мутко — министр спорта России 2008–2016 гг., заявил о желании Российской Федерации побороться за Чемпионат мира по футболу 2018. Через год, 2 декабря 2010 года на исполкоме ФИФА Россия стала хозяйкой турнира в 2018 году.

Спортивное мероприятие проходило с 14 июня по 15 июля 2018 года. Количество уникальных посетителей матчей составило 1,092 млн человек, из них 605 тыс. — российские зрители, 487 тыс. — иностранные зрители. Суммарное влияние чемпионата мира по футболу на ВВП России за 2013–2018 годы оценивается в 952 млрд

рублей — это составляет около 1% годового значения ВВП. Создано до 315 тыс. рабочих мест в год во время подготовки проведения ЧМ-2018, что увеличило доходы россиян на 459 млрд рублей. Экономика России получила около 3 млрд долларов за счет развития туризма во время проведения турнира. [2]

Кроме того, Чемпионат мира 2018 характеризуется положительным долгосрочным эффектом. Так, по данным Сбербанка в Россию вернулся каждый десятый турист, это примерно 84 тысячи человек. Это обеспечило 5,4% общего въездного потока иностранных туристов в страну. А общие траты возвратившихся туристов по банковским картам составили не менее 9,9 млрд руб. Чемпионат простимулировал туристов активнее путешествовать по всей России. В пятерке лидеров — Москва (ее посетили болельщики из 137 стран), Санкт-Петербург (118), Московская область (117), Краснодарский край (103) и Республика Татарстан (81). [2]

Крупные событийные мероприятия создают эффект отложенного спроса и стимулируют повторные прибытия, а также повышают узнаваемость региона, поскольку освещаются в средствах массовой информации. Кроме того, положительное влияние событийных мероприятий и событийного туризма отражается в социально-экономическом развитии территории. Создаются новые рабочие места; повышается качество жизни, а также увеличивается объём расходов туристов, что в свою очередь влечёт повышение прибыли бизнеса, участвующего в событийном туризме.

Также событийный туризм позволяет нивелировать сезонные колебания и в традиционно низкий сезон спроса, обеспечить загрузку гостиничных предприятий.

Однако стоит заметить, что для привлечения туристов и формирования отложенного спроса, недостаточно провести одно событийное мероприятие. Событийный туризм должен носить регулярный характер. Изучив практику этого вида туризма в Российской Федерации, можно сказать, что стало больше внимания уделяться событийному туризму, но событий мирового масштаба у нас немного. В целях развития событийного туризма проходят разнообразные образовательные программы, так, например, в 2016 году — проведен Первый Всероссийский туристский образовательный форум «Россия событийная». Данная отрасль активно развивается.

В 2019 году была принята стратегия развития туризма в РФ до 2035 года, в которой событийный туризм выделен отдельным видом туризма, способным увеличить туристский поток в регион.

Для использования всего потенциала событийного туризма, недостаточно проведения крупных мероприятий. Их необходимо прово-

дить в соответствии с международными стандартами. Удовлетворенность качеством мероприятия напрямую зависит от уровня безопасности, созданного организаторами; использования инновационных технологий на всех этапах разработки, а также, актуальности самого мероприятия.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: учебное пособие для вузов/ Л.В. Баумгартен. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 352.

2. Итоговый отчет Оргкомитета о ЧМ-2018 в России. Российский футбольный союз: официальный сайт. URL: <https://rfs.ru/news/208313> (дата обращения 20.10.2021).

3. Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка // *Universum: экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2015. № 7. URL: <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307> (дата обращения: 24.10.2021).

4. Национальные счета. Внутренний валовой продукт. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/accounts> (дата обращения 21.10.2021).

5. Предварительная оценка ВВП за II квартал 2021 года. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/131029> (дата обращения).

6. Yusupova G.F., Alyunova T.I., Nikolayeva I.P., Petrov O.A., Semenova L.V., Kiselev S.V., Mayorova A.N., Korsunova N.M. Economic Aspects Of Local Authorities Functioning // *Journal of Sustainable Development.* 2015. T. 8. № 6. С. 90–97.



## ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ТУРИЗМ» НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ (ГИЭФПТ)

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы практической подготовки студентов бакалавриата по направлению «Туризм» АОУ ВО ЛО «ГИЭФПТ». Ориентация студентов на прохождение практической подготовки в регионах постоянного проживания находит отражение в выборе тем выпускных квалификационных работ. Изменение законодательства исключило возможность прохождения практической подготовки у индивидуальных предпринимателей в сфере туризма. В изменившихся условиях институт использует новые форматы прохождения практической подготовки и привлекает новые организации как базу прохождения практик.

**Ключевые слова:** практическая подготовка, направление туризм, студент, бакалавр, АОУ ВО ЛО «ГИЭФПТ», выпускная квалификационная работа, практика, волонтерство, образование, Ленинградская область.

*Tanina Anna V.*

PhD, Associate Professor  
Department of Management social and economic processes  
State Institute of Economics, Finance, Law and Technology

## FEATURES OF THE ORGANIZATION OF PRACTICAL TRAINING OF STUDENTS OF THE DIRECTION "TOURISM" ON THE EXAMPLE OF AOU VO LO "GIEFPT"

**Summary.** The article deals with the problems of practical training of bachelors in the direction of "Tourism" AOU VO LO "GIEFPT". The orientation of students to undergo practical training in the regions of permanent residence is reflected in the choice of topics for final qualifying works. Changes in legislation have excluded the possibility of practical training for individual entrepreneurs in the field of tourism. In the changed conditions, the institute uses new formats for practical training and attracts new organizations as a base for internships.

**Keywords:** practical training, tourism, student, bachelor, AOU VO LO "GIEFPT", final qualification work, practice, volunteering, education, Leningrad region.

Государственный институт экономики, финансов, права и технологий появился в Ленинградской области в 1996 г. как Ленинградской областной институт экономики и финансов. Новое название получил в 2009 году.

В 2001 АОУ ВО ЛО «ГИЭФПТ» начал разрабатывать механизм, интегрирующий учебные заведения разного уровня в единую структуру. В настоящее время 5 факультетов вуза обучают бакалавров и магистров по программам высшего образования, 4 факультета проводят подготовку по программам СПО [4]. Высококвалифицированный ППС осуществляет подготовку студентов на 15 кафедрах [4].

Отдел организации практики и содействия трудоустройству занимается развитием и укреплением корпоративных связей ГИЭФПТ с компаниями-партнерами, по организации и проведению практического обучения и содействия трудоустройству студентов и выпускников ГИЭФПТ [5].

Анализ географии поступивших на направление «Туризм» студентов за последние 3 года показывает, что в институте представлены студенты из всех федеральных округов (рисунок 1).

Традиционно больше всего студентов из Ленинградской области (18,2%), в том числе из таких районов как Волховский, Гатчинский,

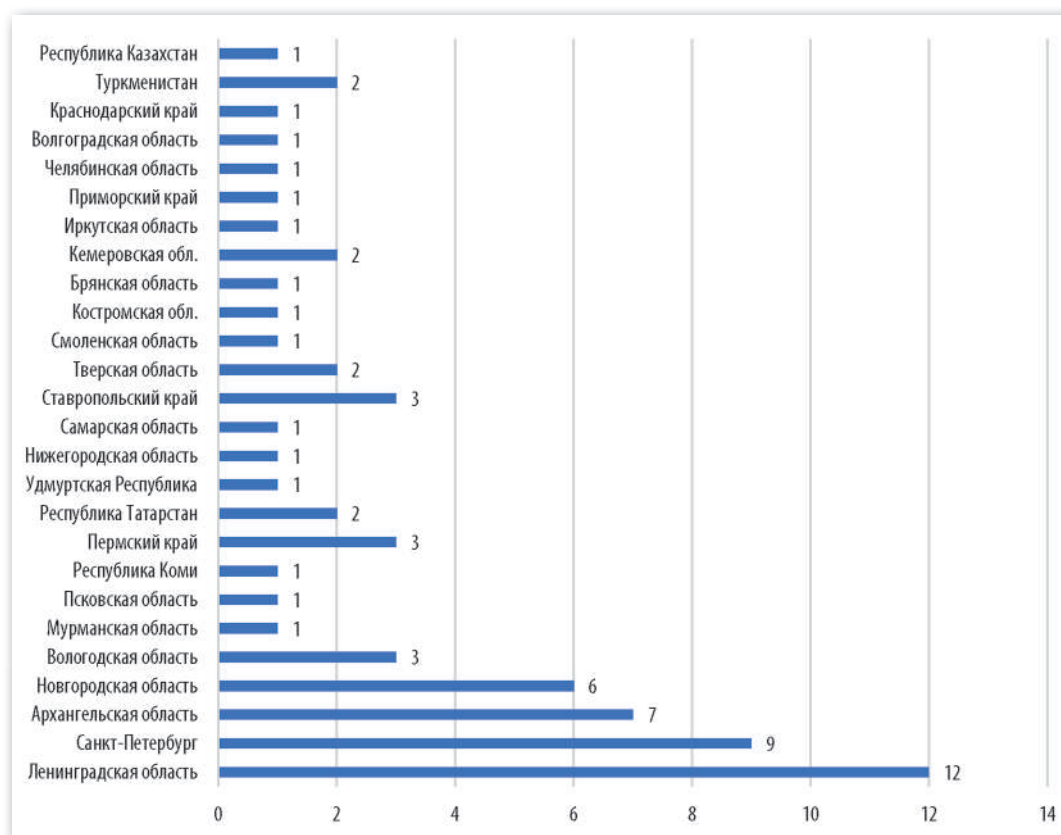


Рисунок 1 — Распределение студентов 1–3 курсов направления «Туризм» по регионам, чел. (составлено автором)

Киришский, Лодейнопольский, Подпорожский, Приозерский, Тихвинский. Довольно много студентов из Санкт-Петербурга (13,6%) и других регионов СЗФО, в том числе из Архангельской (10,6%), Новгородской (9,1%) и Вологодской областей (4,5%).

Студенты из Приволжского ФО составляют 12%, из Центрального ФО — 7,5%. Из Северо-Кавказского и Сибирского федеральных округов в ГИЭФПТ поступили 4,5% от общего числа студентов. Из регионов Южного ФО приехали 2 студента, из Уральского и Дальневосточного ФО — по одному или 1,5% от общего числа.

Кроме того, среди поступивших на направление «Туризм» — 2 студента из Туркменистана и один из Казахстана.

Разнообразие местожительства студентов определяет места прохождения практик, в том числе преддипломной, и тематику выпускных квалификационных работ, связанных, как правило, с родными местами.

Среди тем выпускных квалификационных работ, подготовленных и защищенных на кафе-

дре управления социальными и экономическими процессами АОУ ВОЛО «ГИЭФПТ», можно отметить следующие:

— «Перспективы развития сельского туризма в Архангельской области»;

— «Развитие креативного туризма в Томской области»;

— «Лечебно-оздоровительный туризм в городе Глазове»;

— «Развитие водного туризма в Кировской области»;

— «Перспективы развития туризма в малых городах России на примере г. Слободского»;

— «Совершенствование маркетинговой деятельности музея (на примере ГБУК ТО «Тверской государственный объединенный музей»);

— «Перспективы развития детского туризма в Ленинградской области»;

— «Использование возможностей музеев в развитии событийного туризма (на примере Государственного мемориального дома-музея Н.А. Римского-Корсакова)»;

- «Развитие этнографического туризма в Удмуртии» (рис. 2);
- «Перспективы развития экотуризма в Ленинградской области»;
- «Развитие событийного туризма в Кировской области (на примере организации Фестиваля дымковской игрушки)»;
- «Повышение туристической привлекательности музея (на примере ГБУК РМЭ «Замок Шереметева)»;
- «Разработка военно-патриотического тура по Гатчинскому району»;
- «Разработка экскурсионного маршрута (на примере Рождественского филиала ГБУК ЛО «Музейное агентство)»;
- «Перспективы развития МICE-туризма в Санкт-Петербурге»;
- «Развитие событийного туризма в Гатчинском районе на примере фестиваля «Павловские маневры».

Приказ Министерства науки и высшего образования «О практической подготовке обучающихся» [7] привел к ограничению числа мест, в которых можно проходить практическую подготовку. Большое количество ИП в сфере туризма как потенциальные места для прохождения практики и базы написания ВКР были исключены.

По данным сервиса «Прозрачный бизнес» ФНС России в Ленинградской области деятельность в сфере туризма (79 — Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма) оказывает 279 ИП [2]. В других регионах, где студенты проходят практику, наблюдается схожая ситуация.

В условиях ограничения мест для прохождения практической подготовки институт ищет новые варианты устройства студентов.

Например, одной из форм организации производственной практики студентов 2 курса стало сопровождение детских групп в рамках программы «Летние каникулы на императорской даче». Программа была организована совместно с ИТЦ Гатчины, Музеем Истории Гатчины. В программу входили музейные занятия и мастер-классы, экскурсии в музеи Гатчинского района (рис. 3). Студенты не только сопровождали детей, но и активно участвовали в занятиях.

Интересным опытом было сотрудничество института в рамках волонтерской деятельности, в том числе с организаторами проекта «Чистые игры». 29 команд в составе от 2 до 4 человек каждая из Гатчины, Гатчинского района и Санкт-Петербурга приехали в Суйду, чтобы и победить, и помочь очистить от мусора историческое место.



Рисунок 2 — Презентация к защите ВКР на тему «Развитие этнографического туризма в Удмуртии» (фото автора)



Рисунок 3 — Студенты ГИЭФПТ на производственной практике как сопровождающие детских групп музейной программы «Летние каникулы на императорской даче» (фото автора)



Рисунок 4 — Студенты ГИЭФПТ как волонтеры и участники волонтерского проекта «Чистые игры» (фото автора)

Задачей игроков было не только собрать неорганический мусор, но и отсортировать его для дальнейшей переработки. Цель игры — не просто очистить историческую территорию, но и показать, что мусор может быть ценным вторсырьем [1].

Студенты ГИЭФПТ были и участниками, и волонтерами, помогающими организаторам (рис. 4).

Инициатива студентов позволила заключить договор с Парковым агентством (Государственное бюджетное учреждение культуры Ленинградской области «Парковое агентство»), которое было создано «для обеспечения сохранения, использования и популяризации объектов культурного наследия» [6]. Среди таких объектов ансамбли, произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства. «Парковое агентство»

обеспечивает проведение научно-исследовательских работ по изучению исторических парков, содействует развитию творческих способностей и организации досуга жителей Ленинградской области и гостей региона: разрабатывает и проводит культурно-массовые, концертные и исторические мероприятия [6].

Организация заинтересована не только в предоставлении возможности для прохождения практики студентами разных курсов, но и готова привлекать бакалавров для реализации своих проектов.

Использование новых форматов проведения практической подготовки обеспечит, на наш взгляд, не только повышение эффективности проведения практик, но и повысит заинтересованность потенциальных работодателей в привлечении студентов к реализации реальных проектов.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. В Суйде прошли «Чистые игры» по исторической местности/ Портал Гатчинская служба новостей. URL: <https://gatchina-news.ru/novosti/v-sujde-proshli-chistye-igry-po-istoricheskoy-mestnosti/> (дата обращения: 24.10.2021).

2. ИП, осуществляющие деятельность в сфере туризма / Сервис «Прозрачный бизнес». URL: <https://pb.nalog.ru/search.html#quick-result?statusIp=0&regionIp=47&okvedIp=79&mode=search-ip&page=3&pageSize=100> (дата обращения: 24.10.2021).

3. Каникулы на императорской даче 2020 / Официальный сайт Информационно-туристский центра Гатчинского муниципального района. URL: <https://visitgatchina.com/info/news/kanikuly-na-imperato/> (дата обращения: 24.10.2021)

4. Основные сведения / Официальный сайт АОУ ВО ЛО «ГИЭФПТ». URL: <https://www.gief.ru/sveden/common> (дата обращения: 24.10.2021)

5. Отдел организации практик и содействия трудоустройству/ Официальный сайт АОУ ВО ЛО «ГИЭФПТ». URL: <https://www.gief.ru/node/488> (дата обращения: 24.10.2021).

6. Парковое агентство Ленинградской области/ Официальный сайт ГБУК ЛО «Парковое агентство». URL: <https://parkilenreg.ru/> (дата обращения: 24.10.2021).

7. Приказ Министерства науки и высшего образования от 5 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»/ Система «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/74626874/> (дата обращения: 24.10.2021).

## ФОРМЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ БАКАЛАВРОВ СЕРВИСА

**Аннотация.** В статье рассматривается актуальная в системе высшего образования в настоящее время проблема практико-ориентированного обучения. Выполнен методологический анализ понятия «практико-ориентированное обучение». Рассматриваются основные подходы и формы к практико-ориентированному обучению в образовательном учреждении, которые внедряются в Вузах. Предложенные формы используются при подготовке обучающихся по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис», профиля «Социально-культурный сервис».

**Ключевые слова:** практико-ориентированное обучение, формы практико-ориентированного обучения, Вуз, бакалавр сервиса, сервис.

*Ustyuzhina Alena Y.*

PhD, Associate Professor  
Department of Theory and methodology, vocational education, service and technology  
Transbaikal State University

## FORMS OF PRACTICALLY ORIENTED BACHELOR TRAINING SERVICE

**Summary.** The article deals with the problem of practice-oriented education, which is currently relevant in the system of higher education. A methodological analysis of the concept of “practice-oriented learning” has been carried out. The main approaches and forms to practice-oriented learning in an educational institution, which are being introduced in universities, are considered. The proposed forms are used in the preparation of students in the direction of training 43.03.01 “Service”, profile “Social and cultural service”.

**Keywords:** practice-oriented training, forms of practice-oriented training, university, Bachelor of service, service.

В настоящее время особо актуальными становятся проблемы подготовки кадров для индустрии гостеприимства, туризма и сферы сервиса, которые обусловлены значительными изменениями современной системы подготовки квалифицированных специалистов. Актуализация Федеральных государственных образовательных стандартов компетентностного формата (ФГОС3++) на основе профессиональных стандартов основывается на корреляции системы образования и сферы труда. Цель современного высшего образования при подготовке кадров для индустрии гостеприимства, туризма и сферы сервиса — это подготовка квалифицированных специалистов, обладающих определенными профессиональными компетенциями, коррелирующими с трудовыми функциями специалистов, востребованных и конкурентоспособных на федеральном и региональном рынке гостеприимства, туризма и сферы сервиса.

Современный выпускник должен уметь применять на практике полученные профессиональные знания и определять эффективные пути решения различных профессиональных задач, поэтому практико-ориентированное обучение становится особенно актуальным и значимым. Однако, на наш взгляд, подходы и формы практико-ориентированного обучения являются недостаточно систематизированными и применяются в практике образовательных учреждений недостаточно системно.

Процесс проектирования и внедрения практико-ориентированного обучения в образовательных учреждениях раскрывается и освещается в исследованиях Е.П. Сичинского, О.В. Елисеевой, Т.В. Ашутовой, Л.Н. Великовой, С.С. Полисадова, Ф.В. Шарипова, Е.В. Плотниковой и других.

В исследовании мы трактуем практико-ориентированное обучение как тип обучения, осно-

ванный на интеграции фундаментального общего образования и профессионально-прикладной подготовки с целью формирования у обучающихся определенных профессиональных компетенций, востребованных на рынке труда.

Современные исследователи выделяют основные подходы к практико-ориентированному обучению [2, 3, 7, 8, 15]:

1. Корреляционный подход к созданию и переработке основных профессиональных образовательных программ по направлениям подготовки, в том числе вариативных элементов ОПОП с целью максимального соответствия программ мобильным условиям и тенденциям на рынке труда.

2. Рефлексивное контекстное изучение учебных дисциплин, что обеспечивает развитие у обучающихся рефлексивности формирования профессиональной компетенции в процессе обучения в образовательной организации.

3. Использование в образовательном процессе практико-ориентированных технологий обучения (технологии интерактивного, модульного обучения, технологии саморегулируемого обучения и др.).

4. Организация и проведение практик (учебной, производственной и преддипломной) через погружение в профессиональную среду и рефлексии профессиональной деятельности и себя в этой профессиональной деятельности. Это позволяет обучающемуся формировать профессиональные компетенции по направлению или профилю подготовки.

5. Разработка методического обеспечения для реализации практико-ориентированного подхода к обучению в образовательном учреждении.

6. Внедрение в образовательном учреждении инновационных форм профессиональной занятости обучающихся, что формирует умения решения обучающимися конкретных научно-практических и опытно-производственных задач, соответствующих направлению или профилю подготовки.

7. Сочетание обучения в образовательном учреждении с практической работой в организации соответствующего профиля.

Е.П. Сичинский отмечает, что практико-ориентированное профессиональное образование должно включать не отдельные элементы, а совокупность элементов образовательного про-

цесса, влияющих на профессиональную подготовку обучающихся к конкретной профессиональной деятельности [10, с. 38].

Исследователи, изучающие практико-ориентированное образование, выделяют и систематизируют формы взаимодействия образования (вузов) и производства (предприятий). В.Н. Люсев и А.В. Мишин выделяют следующие современные формы взаимодействия образования и производства: университетские интегративные комплексы, партнерство образования — науки — бизнеса, формирование сети федеральных университетов и создание образовательных кластеров [6, с. 79–80].

Анализ теории практико-ориентированного обучения и практика реализации практико-ориентированного обучения бакалавров сервиса позволили нам систематизировать формы взаимодействия образовательного учреждения и организаций-работодателей. В процессе обучения бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис», профилей «Социально-культурный сервис» используются различные формы взаимодействия вуза и сервисных организаций.

Все формы взаимодействия образовательного учреждения (Вуза) с работодателями можно систематизировать по следующим критериям: время (период) организации взаимодействия и пространство (территория) организация взаимодействия [12; 13].

Рассмотрим формы разового или единовременного взаимодействия образовательного учреждения (Вуза) с сервисными организациями (табл. 1).

Формы разового или единовременного взаимодействия образовательного учреждения (Вуза) с сервисными организациями являются наиболее интересными и привлекательными для обучающихся. Студенты активно участвуют в проведении профильных олимпиад, мастер-классов, круглых столов, профессиональных конкурсах, различных профессиональных тренингах и других мероприятиях.

В рамках дистанционного обучения мастер-класс можно выделить как одну из современных и наиболее востребованных форм демонстрации опыта профессиональной деятельности [4, с. 179; 11]. Тематика мастер-классов определяется профилем подготовки бакалавров сервиса.

Таблица 1

**Формы разового взаимодействия (единовременного взаимодействия) образовательного учреждения (Вуза) с сервисными организациями**

<b>Формы разового взаимодействия (единовременного взаимодействия) образовательной организации (Вуза) с сервисными организациями</b>		
<b>Взаимодействие на территории Вуза</b>	<b>Взаимодействие на территории сервисной организации</b>	<b>Взаимодействие на территории общей доступности</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Круглые столы с участием руководителей и работников сервисной организации.</li> <li>— Мастер-классы, проводимые работниками и представителями сервисной организации.</li> <li>— Дни карьеры с участием руководителей и работников сервисной организации.</li> <li>— Практические семинары, проводимые руководителями и работниками сервисной организации.</li> <li>— Тренинги или карьерные консультации с участием работников сервисной организации.</li> <li>— Профильные олимпиады, конкурсы работ обучающихся, поощрение лучших работ.</li> <li>— Чемпионаты WorldSkills, в том числе вузовские.</li> <li>— Профессиональные конкурсы с участием руководителей и работников сервисной организации.</li> <li>— Организация стоек сервисной организации — работодателя.</li> <li>— Презентации услуг сервисной организации — работодателя.</li> <li>— Презентации карьерных возможностей сервисной организации — работодателя.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Профессионально-ориентированные, обзорные и ознакомительные экскурсии.</li> <li>— Мастер-классы, проводимые руководителями и работниками сервисной организации — работодателя.</li> <li>— Практико-ориентированные тренинги и карьерные консультации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Мероприятия, проводимые ассоциациями и союзами сервисных организаций — работодателей.</li> <li>— Гранты, научные исследования с участием сервисных организаций — работодателей.</li> <li>— Профессиональные конкурсы, проводимые сервисными организациями — работодателями.</li> <li>— Ярмарки вакансий различного уровня (краевые, районные, городские).</li> <li>— Выставки-ярмарки с участием сервисных организаций — работодателей.</li> </ul>

Участие в Чемпионатах WorldSkills по компетенциям, так же является актуальной формой взаимодействия, так как одни работодатели являются независимыми экспертами чемпионатов, другие активно участвуют в подготовке студентов в качестве консультантов. Именно в процессе участия в Чемпионатах WorldSkills происходит формирования профессиональных компетенций или трудовых функций, востребованных на федеральном и региональном рынке гостеприимства, туризма и сферы сервиса. Это работа с документацией, разработка клиентоориентированного туристского и сервисного продукта, презентация продукта, разработка тактики продвижения данного продукта и взаимодействие с потребителем.

Рассмотрим формы долгосрочного взаимодействия (периодического взаимодействия) образовательной организации (Вуза) с сервисными организациями (табл.2).

В последнее время большую популярность приобретают стартап-проекты, которые вливаются в образовательную деятельность. Выпускная квалификационная работа в виде «ВКР в форме стартапа» — бизнес-проект, разработанный несколькими студентами (стартап-командой, состоящий из одного или нескольких студентов), демонстрирующий уровень подготовки будущего выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности, сформированность компетенций, установленных ФГОС ВО. Участие в стартап-проекте, позволяет студенту в составе своей команды разработать бизнес-проект для сферы гостеприимства, туризма или сервиса, направленный на создание абсолютно нового продукта или технологии. Так же он получит возможность выйти на первый свой доход, развивать профессиональные навыки и, соответственно, формировать портфолио, тем самым повышать



**Формы долгосрочного взаимодействия (периодического взаимодействия)  
образовательного учреждения (Вуза) с сервисными организациями**

<b>Формы долгосрочного взаимодействия (периодического взаимодействия) образовательной организации (Вуза) с сервисными организациями</b>		
<b>Взаимодействие на территории Вуза</b>	<b>Взаимодействие на территории сервисной организации — работодателя</b>	<b>Взаимодействие на территории сервисной организации — работодателя</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в разработке ОПОП и учебно-методической документации.</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в независимой оценке качества образования в рамках комиссионного приема контрольных точек по профильным дисциплинам и курсовым работам, где осуществляется оценка сформированности профессиональных компетенций.</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в учебном процессе: проведение лекционных и практических занятий.</li> <li>— Участие руководителей сервисной организации в работе государственных аттестационных испытаний (в качестве председателя и членов комиссии ГИА).</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в проведении практико-ориентированных программах курсов (дисциплины по выбору).</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в научных и научно-практических конференциях.</li> <li>— Заказ или заявки руководителей и/или работников сервисной организации на выполнение и проведение научно-исследовательских работ студентов (ВКР, курсовые работы (проекты)).</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в процедуре оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата «Сервис».</li> <li>— Выполнение выпускных квалификационных работ в форме Стартапа.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Учебная, производственная (в том числе преддипломная) практики обучающихся по направлению «Сервис», предусмотренные учебным планом ОПОП ВО.</li> <li>— Стажировки обучающихся по направлению «Сервис».</li> <li>— Исследовательская работа или исследовательская деятельность.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Совместная деятельность на выставках-ярмарках.</li> <li>— Совместное деятельность в работе конкурсов, форумов, симпозиумов.</li> <li>— Совместная деятельность в различных ассоциациях и союзах.</li> <li>— Совместная деятельность в различных социально-значимых проектах и акциях.</li> <li>— Участие руководителей и/или работников сервисной организации в независимой оценке качества образования в рамках комиссионного приема контрольных точек по производственным практикам, где осуществляется оценка сформированности профессиональных компетенций.</li> </ul>

свою конкурентоспособность на рынке труда. Можно выделить критерии для стартап-проектов студентов бакалавриата: наличие стартап-команды (не менее двух человек); наличие технологической /социальной/ инновационной составляющей проекта; наличие решения ряда задач проекта; наличие потенциальных и (или) реальных инвесторов.

Каждая из рассмотренных групп форм практико-ориентированных форм обучения имеет свои особенности, однако систематическое и интегрированное применение всех форм повышает их результативность, мотивирует обучающихся к профессиональной деятельности, позволяет формировать у обучающихся необходимые профессиональные компетенции.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ашутова Т.В. Применение практико-ориентированного подхода к обучению будущих педагогов-дизайнеров в вузе. // Самарский научный вестник. — 2017. — Т. 6. № 1 (18). — С. 156–162.
2. Буциор И.В., Иванова О.Б., Тятенкова И.И. Практико-ориентированное обучение как гарантия качества экономического образования. // Непрерывное профессиональное образование и новая экономика. — 2017. — № 1 (1). — С. 89–94.
3. Великова Л.Н. Практико-ориентированный подход к обучению иностранным языкам в таможенном вузе. // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. — 2018. — № 8. — С. 277–281.
4. Калинина Л. Н., Леонова Е. В. Взаимодействие высшего образования и производства в процессе подготовки кадров для швейных предприятий Чувашской Республики. // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. — 2018 г. — № 4 (100). — С. 175–183.
5. Лазутова Л.А. Практико-ориентированное обучение студентов педагогического института: потенциал базовой кафедры. // Актуальные проблемы германистики и методики преподавания иностранных языков: Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. — 2018. — С. 86–90.
6. Образцов П.И., Виленский М.Я., Уман А.И. Технологии профессионально-ориентированного обучения в высшей школе: учебное пособие / под ред. В.А. Слостенина. — М.: Педагогическое общество России, 2004. — 144 с.
7. Олесова М.М. Применение практико-ориентированных технологий обучения в вузе. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — №7–2 (73). — С. 201–204.
8. Плотникова Е.В. Современные подходы к практико-ориентированному обучению студентов. // Практико-ориентированное обучение: опыт и современные тенденции: Сборник статей по материалам учебно-методической конференции. — 2017. — С. 314–315.
9. Полисадов С.С. Практико-ориентированное обучение в вузе // Известия Томского политехнического университета. — 2014. — № 2. — С. 23.
10. Сичинский Е.П. Практико-ориентированное или дуальное образование: к вопросу о формировании понятийного аппарата. // Инновационное развитие профессионального образования. — 2018. — Т. 17. № 1. — С. 33–40.
11. Устюжина А.Ю. Мастер-класс как технология развития профессионально-педагогической рефлексии у будущих педагогов профессионального обучения. // Проблемы современного педагогического образования. — 2019. — № 63–1. — С. 340–343.
12. Устюжина А.Ю. Практико-ориентированное обучение бакалавров сервиса: формы взаимодействия вуза и организаций-работодателей // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (20). С. 34.
13. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (уровень бакалавриата) (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 514) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://fgosvo.ru/uploa dfile s/FGOS%20VO%203++/Bak/430301\\_B\\_3\\_03072017.pdf](http://fgosvo.ru/uploa dfile s/FGOS%20VO%203++/Bak/430301_B_3_03072017.pdf)
14. Шарипов Ф.В. Педагогика и психология высшей школы: учебное пособие. — М.: Логос, 2012. — 448 с.
15. Шкутина Л.А., Карманова Ж.А., Маженова Р.Б., Манашова Г.Н. Практико-ориентированное обучение будущих педагогов в условиях современного образования. // Конференциум АСОУ: Сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. — 2017. — № 2. С. 1406–1411.

## ВОЗДЕЙСТВИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ИЗМЕНЕНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ В СТРУКТУРЕ РЕСТОРАННОЙ ОТРАСЛИ

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние глобальной пандемии COVID-19 в 2020/2021 года на развитие отрасли ресторанной индустрии в Российской Федерации. Глобальное введение ограничительных мер с целью предотвращения развития пандемии привело к изменению структуры отрасли и технологий реализации проектов, приемов оказания услуг, корректировке концепций. Проанализированы факторы влияния на выбор формы предоставления услуг питания, инвестиционных моделей, а также изменения покупательского поведения потребителей под давлением ограничительных мер. Актуализированы инновационные технологии, используемые в проектах отрасли с точки зрения изменений в подходах организации сервиса услуг питания. Даны характеристики новой модели развития ресторанной индустрии.

**Ключевые слова:** ресторанная индустрия, пандемия, концепция питания, инновационные технологии, сервис, услуги питания.

*Tsai Roman D.*  
Assistant professor, Department of Hotel and Restaurant Business  
Saint-Petersburg State University of Economics

## THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL FACTORS ON CHANGING TRENDS IN THE STRUCTURE OF THE RESTAURANT INDUSTRY

**Summary.** The article considers the impact of the global Covid-19 pandemic in 2020/2021 on the development of the restaurant industry in the Russian Federation. The global introduction of restrictive measures to prevent the development of the pandemic has led to a change in the structure of the industry and technology for the implementation of projects, the methods of providing services, and the adjustment of concepts. Factors of influence on the choice of the form of providing food services, investment models, as well as changes in consumer behavior, under the pressure of restrictive measures, were analyzed. Innovative technologies used in industry projects in terms of changes in the organization of food service are updated. The characteristics of the new model of restaurant industry development are given.

**Keywords:** restaurant industry, pandemic, food concept, innovative technologies, service, food services.

Развитие ресторанного бизнеса в Российской Федерации за последние 10 лет претерпевает устойчивое изменение. Это обеспечивается, прежде всего, изменением размеров инвестиций, трендов на разновидности концепции предприятий питания и корректировкой техник переработки продуктов питания.

Большое влияние оказывает развитие коммуникаций, средств и способов доставки продукции и сырья, инноваций многих производственных процессов. Инновационные достижения научно-технического прогресса напрямую влияют на изменения в методах и техниках оказания услуг пи-

тания, продвижения проектов, внутреннего операционного управления.

В настоящее время в мире ресторанный бизнес подвергся серьезному испытанию. Экономический кризис, вызванный пандемией (COVID-19, 2020 г.), нанес сильный удар по ресторанному бизнесу и не только по нему. По данным РБК, наиболее пагубными последствиями эксперты называют сокращение доходов населения (93,3%), закрытие предприятий малого и среднего бизнеса (93,3%), безработицу (80%), а также большое значение имеют рост задолженности предприятий (76,7%), падение

спроса (66,7%) и рост инфляции (60%). Эксперты указывают, что сильнее всего пострадают сферы туризма, общественного питания и сфера услуг. [1]

На рисунке 1 отражена сравнительная динамика товарооборота отрасли общественного питания в РФ в 2019 г. и 2020 г.

Последнее годы, до кризиса, отрасль динамично развивалась. По данным РБК в 2019 году оборот составил примерно 1,7 трлн руб., динамика прироста год к году +6%. Аналитики связывали это с изменением потребительского поведения — люди стали чаще питаться вне дома и пользоваться доставкой. Каждый год увеличивалось количество ресторанов, кафе и баров. Основной рост происходил за счет сетевой розницы: в 2018 году открылось 2979 новых сетевых заведений, в 2019 году — 2642. Доля сетевых концепций на рынке РФ в 2019 году составляла около 26%. [2] Все последние годы увеличивалось количество операторов, при эффективных мерах поддержки, фастфуда и кофеен.

По итогам I квартала 2020 года ресторанный рынок также показывал рост +3,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Но из-за полного локдауна II квартал отметился рекордным обвалом оборота операторов рынка — на 49,7%. Темпы падения оборотов замедлились в III квартале до –20%, что было обуслов-

лено открытием торговых центров, снижением роста заболеваемости и оживлением потребительского спроса. [2] Таким образом к 2021 году отрасль подошла с крайне низкими показателями по итогу 2020 года. Основные показатели депрессивности ресторанного бизнеса являлись: снижение доли отрасли в экономике, осязаемое изменение, в сторону уменьшения, количества предприятий, и конечно экономические показатели бюджетов предприятий были на максимально низком уровне.

В первую очередь ситуация отразилась на изменении в подходе к организации работы действующих предприятий с точки зрения высокоэффективной оптимизации операционных процессов. Во вторую очередь изменился взгляд на процесс инвестирования в отрасль со стороны частного бизнеса. В оперативном порядке пересматривались концепции планируемых к открытию проектов с целью снижения инвестиций, пересматривались уже утвержденные инвестиционные бюджеты в сторону снижения затрат

Однако были концепции и форматы, оказавшиеся с более эффективным иммунитетом к сложившейся обстановке. Данные форматы в большинстве своем относятся к категории устоявшихся на рынке ресторанной индустрии, с точки зрения популярности и востребованности со стороны потребителя. Кроме того, они

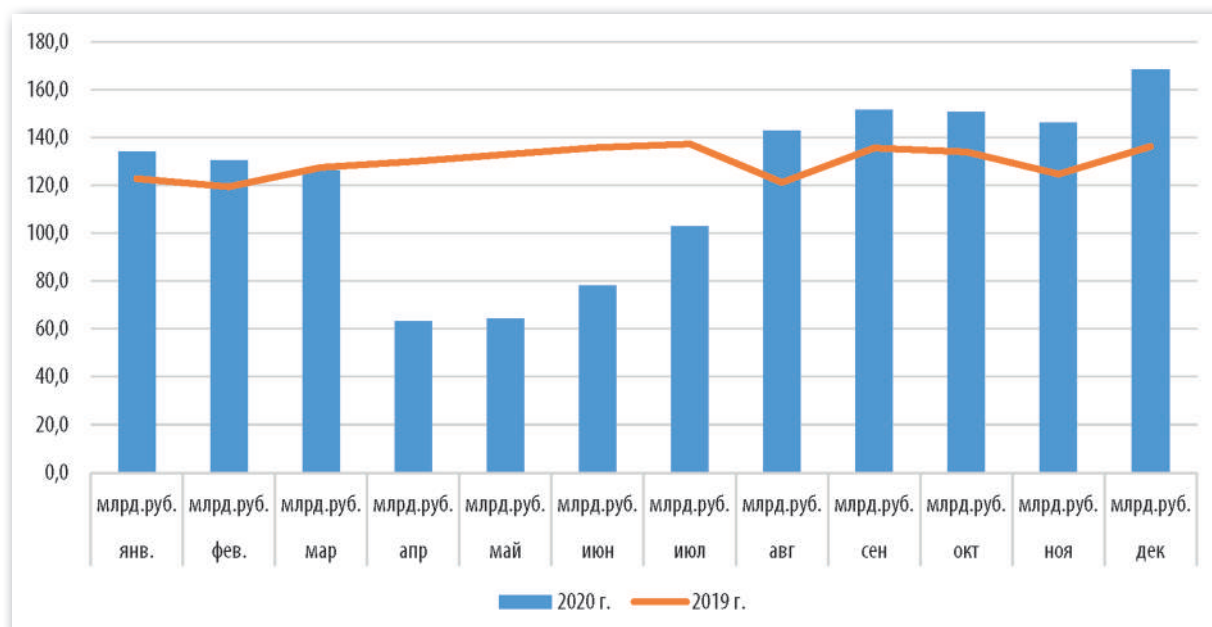


Рисунок 1 — Динамика товарооборота общественного питания РФ (источник: составлено автором)

относятся к группам концепций менее затратных и высоко рентабельных. Что обусловлено устойчивостью к давлению экономических факторов кризиса. Высокая рентабельность обеспечивается использованием низко стоимостных процессов и технологий и в первую очередь сырьевой базы производства. Поскольку главным негативным фактором в условиях локдауна и ограничений по посещению и пребыванию потребителей в заведениях является падение трафика, то данные форматы мобильно перестроились на предоставление услуг в формате продаж на вынос и доставку. Некоторые предприятия оказывали данные услуги уже ранее, в силу несложности технологии приготовления блюд и возможности их потребления без потери качества при условии доставки.

Рестораны восточной, грузинской кухни и паназиатские кафе показали свою эффективность в первую очередь, так как они смогли работать на доставку и в невысоком чеке. Сюда также можно отнести итальянские концепции. Стал очевиден один тренд: функциональные визиты (быстрые — просто поесть) стали сокращаться и перераспределяться на доставку. Это происходит по причине развития процессов в самом сегменте доставки: новые стандарты скорости и снижающие цены в условиях конкуренции.

Рисунок 2 демонстрирует данные о дифференциации рынка предприятий питания на начало 2020 года. Наиболее успешные результаты показал сегмент фаст-фуда. Если ранее, до пандемии на его долю приходилось почти 50% рын-

ка, в 2020 г. сектор вырос до 55%. Крупные игроки давно выстроили работу по доставке, также их предложение было наиболее привлекательным по цене для населения, оказавшего в более сложных материальных условиях. Доходы сектора по итогам года сократились только на 21,2% от оборота, составившего в итоге 526 382,8 млн руб. [3]

Доля повседневных кафе и ресторанов существенно сокращается, остаются low-casual и urreg-casual форматы с технологичными доставочными сервисами. Также развивается формат dark kitchen (заведений общественного питания, работающих только на доставку), который был актуален и до кризиса, вызванного пандемией, но сейчас набирает двойные темпы роста.

Одной из позитивно развивающихся компаний в данном сегменте является сервис Dostaевский. Достоинствами данного формата является следующее.

— Нет необходимости в помещениях первой линии, что оптимизирует расходы по ключевой статье расходов аренде помещения.

— Значительная экономия расходов на фонд заработной платы персонала, поскольку происходит значительная оптимизация за счет отсутствия необходимости в обслуживающем персонале, а это 35% штата классического ресторана или кафе.

— Масштабирование бизнеса проходит более легкими путями, в первую очередь за счет оптимальных размеров инвестиций.

— Одним из важных достоинств в аналитике является измеримый маркетинг, в том смысле

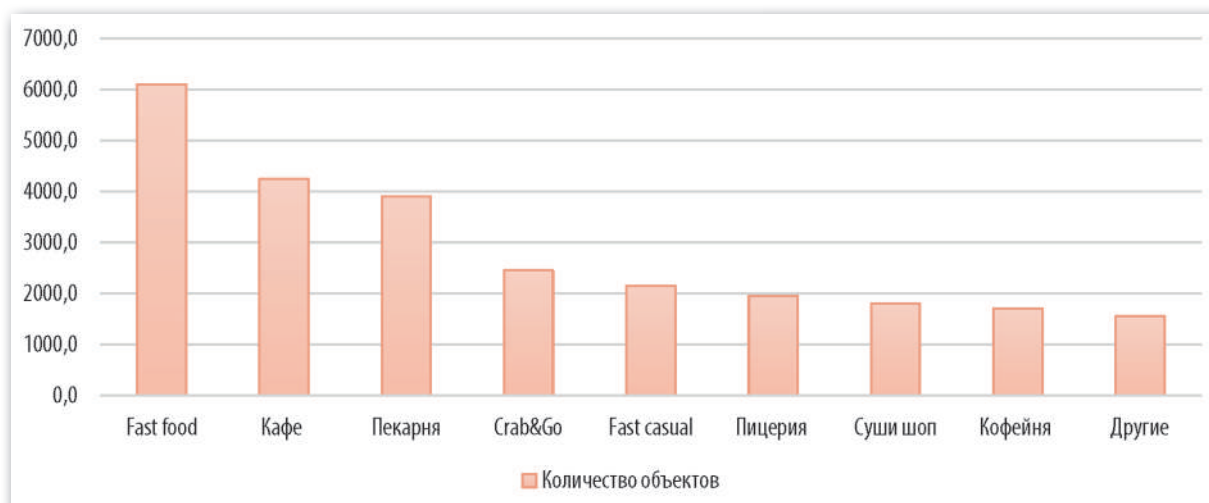


Рисунок 2 — Сегментирование отрасли общественного питания (на 01.01.2020, собственные и франчайзи) [8]

что, каждую продажу можно разобрать из-за дистанционных технологий заказа и исполнения услуг.

— Преимуществом являются и цифровые технологии рекламы.

Однако наравне с достоинствами, у данного формата есть недостатки:

— Из-за дистанционных продаж нет прямого контакта с клиентом до покупки, не убедить сомневающийся и не подтолкнуть заинтересовавшихся и сложно помочь с выбором.

— Из-за дистанционных продаж возникает постоянная зависимость от рекламы и технологичности каналов продаж.

По Санкт-Петербургу средний чек доставки варьируется от 1100 до 1200 рублей, а самое простое и чаще всего встречающееся в ассортименте dark kitchen — это пицца, пироги, суши и воки. Для них нужно минимум оборудования и навыков.

Grab & Go — второй устойчивый тренд роста бизнеса индустрии питания. К Grab & Go относится только здоровая еда, которая продается в прозрачных упаковках, из которых весьма удобно есть на ходу, именно поэтому этот тренд и приобрел такое название. Классическим бизнесом является развивающийся с нулевых годов вендинговый бизнес. Однако пандемия дала толчок и развитию новых форматов по принципу доставки продуктовых ингредиентов из ресторанов, по рецепту шеф повара. В период полного локдауна рестораторы пошли на большее, online мастер-классы по приготовлению заказанных по меню шеф повара продуктовых ингредиентов.

Масштабные продуктовые ретейлеры пошли своим путем. В коллаборации с известными брендами или рестораторами создали в супермаркетах лавки готовой еды. Классический пример «Шеф Перекрёсток by Novikov». Надо отметить, что продукт позиционируется как премиальный для соответствующей целевой аудитории.

Это не первый пример сотрудничества рестораторов с супермаркетами. Их связи укрепила пандемия коронавируса. Готовые блюда от группы компаний «Шоколадница» (помимо одноименных заведений, управляет также «Кофе Хауз» и «Ваби Саби») появились в сетях «Дикси» и «Лента», а в июне компания договорилась о продаже кофе под собственным брендом в «Перекрестке». Сеть семейных кафе «Андерсон»

Анастасии Татуловой в мае стала поставщиком замороженных продуктов в «Перекресток», продукты бренда доступны также в «Азбуке вкуса» и во «ВкусВилле». [6]

Падение в сегменте дорогих ресторанов составило 33%. Самые значительные потери в 2020 году понес средний сегмент рынка (–40%), в том числе, кофейни (–37%) и столовые (–38%). Наиболее пострадавшими от ограничений стали рестораны полного обслуживания. Их выручка в ушедшем году составила 151 045,1 млн руб. и оказалась на 56,3% меньше уровня 2019 год. С переходом россиян на удаленную работу на 51,2% просел сегмент столовых и кафе самообслуживания, обороты в данном сегменте составили 83 782,3 млн руб. Выручка стрит-фуда сократилась до 16 648,6 млн руб. (–37,3%), а кофеен до 75 260,2 млн руб. (–35,6%). [3]

Сильнее всего пострадали рестораны в торговых и бизнес-центрах. Из-за их закрытия можно было наблюдать снижение посещаемости, что повлияло на все бизнесы, обслуживающие трафик внутри. Пострадали семейные форматы, сократилась доля заказов, так как люди предпочитают проводить праздники детей и пожилых людей у себя дома, не рискуя посещать места со скоплением людей. Был нанесен удар по барам, когда ограничили работу в ночное и вечернее время. Для большинства заведений такого формата на ночной период приходится 60–70% дохода. Тяжело пришлось ресторанам со слабыми концепциями, так называемым «чемоданам без ручек», которые и до пандемии показывали слабые результаты.

Бизнес, прошедший путь локдауна и продолжительных ограничительных периодов, стал эффективнее управлять экономикой предприятий. Ранее системный менеджмент и прагматичное управление экономикой оставалось на втором плане, Инвесторы и собственники бизнеса плохо анализировали и контролировали неэффективные показатели расходов, не результативный топ менеджмент и персонал предприятий и холдингов. Ситуация изменилась во время пандемии. Чтобы выжить, предприниматели начали использовать ресурс системного менеджмента, в целях оптимизации бизнес-процессов и экономики предприятий. Наступил устойчивый тренд и такие системы, как анализ продаж, ликвидность, производительность труда, управление себестоимостью спроса стали приоритетными и обязательными.

Основные тенденции в формах, технологиях и методах, проявившиеся в 2021 году в ресторанном бизнесе:

1. Еда все больше выходит за пределы ресторанов и представлена везде, где только есть потребитель. Концепции коллаборируют и формируются на стыке форматов. Посторонние игроки, как сети ритейлеров или вендинговый бизнес, стали предлагать полноценное питание, включая горячие блюда. В результате доля ритейла на рынке фуд-сервиса увеличилась с 9% в 2019 году до 13% в 2020-м. [3]

2. Целевая аудитория молодеет, 72% приходится на потребителей в возрасте 17–36 лет, именно этот фактор существенно меняет картину спроса на форматы заведений нового типа. [4]

3. Заведения становятся более демократичными в интерьере, позиционировании, размере чека. Уходят дорогостоящие инвестиционные вливания.

4. Устойчивый тренд на посещение ресторанов в одиночестве, вызванный снижением уровня доходов и обеспечением безопасности, себя и близких.

5. Растет запрос на минимизацию времени ожидания заказа, либо получения готового продукта. Растет сегмент grab & go, сегмент доставки

готовых продуктов на дом и в офис, с последующей самостоятельной доготовкой.

6. Растет запрос на качество, 73% потребителей ожидают получить высокий уровень продукта с меньшим количеством замороженных ингредиентов или обработанных не безопасными технологиями, а также более сложными сочетаниями, чем привычный fast food. [4]

7. При этом цены остаются демократичными. Потребитель контролирует расходы на питание.

8. Доли участников ресторанного бизнеса стремительно перераспределяются в пользу сетевого бизнеса. Сетевые проекты растут на 7–9%, а независимые падают на 6–8%. Рост в том числе обеспечен франшизами. [4]

9. Тренд на здоровое питание. Доля людей, следящих за питанием, достигла 59%. При этом 40% стараются есть действительно здоровую пищу, 30% регулярно следит за своим весом и 7–12% соблюдают диету. [4]

10. Растет снековый принцип потребления, которые предлагаются в заведениях с форматом take away, при этом потребители все больше отдают предпочтение именно здоровым снекам, натуральным, низкокалорийным, содержащим мало жиров и много витаминов, минеральных веществ и пищевых волокон.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. РБК Исследования рынков. Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://marketing.rbc.ru> (дата обращения: 28.08.2021).

2. Ресторанный рынок 2020: итоги, прогнозы, идеи // Retail.ru. Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://www.retail.ru> (дата обращения: 28.08.2021).

3. Оборот ресторанного рынка // World trade center. ru. Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://corp.wtcmoscow.ru> (дата обращения: 02.09.2021).

4. Драйверы ресторанного рынка // Welcome times. ru: [сайт]. Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://welcometimes.ru> (дата обращения: 02.09.2021).

5. Ситнюк М. А. Аспекты формирования стратегии ресторанного бизнеса в условиях пандемии // Молодой ученый. — 2020. — № 21 (311). — С. 188–190.

6. В «Перекрестке» появится премиальная готовая еда от ресторатора Новикова // Forbes.ru. Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://www.forbes.ru> (дата обращения: 02.09.2021).

7. INFOLine впервые подготовило базу «600 сетей общественного питания России 2020 года». Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/infolayn-infoline-vpervyye-podgotovilo-bazu-600-setey-obshchestvennogo-pitaniya-rossii-2020-goda> (дата обращения: 12.09.2021).

## ПРИМЕНЕНИЕ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ «4К» КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены особенности применения кейс-технологий во время обучения специалистов сферы туризма и гостеприимства с применением концепции «4К». Предложена схема по разработке конкретных кейсов для их дальнейшего практического применения. Изучены особенности «4К» компетенций, их составляющие и способы оценки полученных знаний.

**Ключевые слова:** компетенции, кейс-технологии, коммуникация, коллаборация, креативность, критическое (проблемное) мышление, «жесткие» навыки, «мягкие» навыки.

*Chernenok Maria A.*

assistant of the department of tourism, service and hospitality  
The Herzen State Pedagogical University of Russia

## APPLICATION OF CASE TECHNOLOGIES FOR THE FORMATION OF “4K” COMPETENCIES DURING TRAINING OF SPECIALISTS IN THE SPHERE OF TOURISM AND HOSPITALITY

**Summary.** This article discusses the features of the application of case technologies during the training of specialists in the field of tourism and hospitality using the concept of “4K”. A scheme for the development of specific cases for their further practical application is proposed. The features of “4K” competencies, their components and methods of assessing the knowledge gained have been studied.

**Keyword:** competencies, case technologies, communication, collaboration, creativity, critical (problem) thinking, hard skills, soft skills.

На сегодняшний день уже не для кого не секрет, что качественный специалист в сфере туризма и гостеприимства должен обладать двумя видами навыков: *hard skills* и *soft skills*.

*Hard skills* — (англ. «жесткие» навыки) профессиональные навыки, которым можно научить и которые можно измерить. Для обучения *hard skills* необходимо усвоить знания и инструкции, качество обучения можно проверить с помощью экзамена, а сами навыки диктуются нам профессиональными компетенциями из федерального государственного образовательного стандарта.

*Soft skills* — (англ. «мягкие» навыки) универсальные компетенции, которые гораздо труднее измерить количественными показателями. Иногда их называют личными качествами, потому что они зависят от характера человека и приобретаются с личным опытом, например, путем формального, информального и неформального образования с опорой на свой личный жизненный опыт.

«Мягкие» навыки используются в жизни каждого человека для своего дальнейшего непрерывного профессионального развития.

Как известно, во многом внешняя среда оказывает воздействие на формирование и изменение тех или иных навыков.

За последние годы сфера туризма и гостеприимства претерпела достаточно много изменений по причине внешних факторов. Быстрое развитие информационных технологий, большой объем информации, изменение способов и каналов коммуникации, пандемия и закрытие границ, перестройка на новые формы общения с клиентами — все это требует большого профессионального опыта сотрудников и высокого уровня развития *soft skills*.

Работодатели ставят запрос и акцент на высококвалифицированных специалистов, которые будут обладать не только необходимыми для выполнения трудовых функций профессиональными компетенциями, но и «мягкими» навыками.



Даже в сфере туризма появляется все большее количество новых профессий, связанных с управлением, а точнее, с обучением автономных систем на базе искусственного интеллекта (роботов и компьютеров). Это роботы официанты, администраторы, или умные системы регистрации в отелях. Самое важное во всем этом, что как бы ни изменялся мир, любую автономную систему с искусственным интеллектом программирует все равно человек, а он должен не только знать особенности языка программирования и загрузки определенной программы, но и варианты поведения гостей, психологию, особенности разных типов личностей и многое другое. Условно говоря, он должен запрограммировать робота так, чтобы он, как человек был готов к любому варианту развития событий, к любой реакции и экстренной ситуации. Поэтому, как показывает практика, навыки, которые были раньше востребованы и распространены, редко исчезают полностью. Зачастую они сохраняются, снижается лишь число их носителей.

При всем этом важно и то, что меняется сам подход к работе. Сейчас уже достаточно мало специалистов, которые выбирают для себя линейную модель реализации карьеры в одной профессии. Человек занимается реализацией своего призвания, занимается постоянным самообразованием, меняет виды деятельности, ищет себя.

При этом становится понятно, что достаточно большое количество опций, которые сейчас выполняют сотрудники сферы туризма, со временем будут автоматизированы или исчезнут в связи с изменением способа организации общества. Для новой экономики потребуются специалисты нового типа. Перед ними будут стоять задачи, для решения которых необходим творческий подход и готовность к сотрудничеству с другими людьми и с системами искусственного интеллекта [1, с. 82].

Именно поэтому все больше возникает необходимость формировать соответствующие компетенции и такие человеческие качества как творчество, эмоциональный интеллект, умение сотрудничать уже со школы и продолжать их совершенствование в системе высшего образования.

Уже с 2010 года начался процесс становления концепции «4К» (коммуникация, коллаборация, креативность, критическое (проблемное) мышление) как основы для формирования востребо-

ванных компетенций у выпускников образовательных организаций, которыми необходимо обладать для конкурентоспособности и востребованности на рынке труда в XXI веке.

Концепция «4К» была принята научным сообществом, всесторонне изучена и апробирована, в результате чего получила широкое применение во многих образовательных стандартах. В России о «4К» компетенциях активно заговорили примерно с 2014 года на научных и образовательных конференциях.

Кратко рассмотрим особенности концепции «4К»:

Критическое мышление — это умение ориентироваться в потоках информации, видеть причинно-следственные связи, отсеивать ненужное и делать выводы. Чтобы находить решения даже в случае провала, надо понимать причины своих успехов и неудач.

Креативность — позволяет оценивать ситуацию с разных сторон, принимать нестандартные решения и чувствовать себя уверенно в меняющихся обстоятельствах. Человек с развитой креативностью становится творцом. Он может генерировать идеи и развивать начинания других людей. Преодоление трудностей превращается для него в увлекательную головоломку.

Коммуникация — сейчас все находится на расстоянии телефонного звонка или сообщения практически круглые сутки. Умение договариваться и налаживать контакты, слушать собеседника и доносить свою точку зрения стало жизненно важным навыком.

Координация (сотрудничество) — тесно связана с коммуникацией, но относится к профессиональной сфере. Это умение определить общую цель и способы ее достижения, распределять роли и оценивать результат [2, с. 45–47].

Все это и есть гибкие навыки, которые помогут специалистам в более успешном становлении профессиональной деятельности.

Несмотря на понимание что, новые навыки и знания нужны и их необходимо развивать, важно понимать, какими способами и при помощи каких технологий может получиться наиболее эффективный процесс формирования soft skills, в частности, во время обучения специалистов сферы туризма и гостеприимства.

Одной из самых распространённых на сегодняшний день и применяемых среди преподавателей интерактивных технологий является кейс-технология.

Кейс-технология — самостоятельная работа по решению проблемы в рамках определенного задания или списка заданий. Чаще всего во время обучения используются сюжетные кейсы и тренажеры на основе реальных рабочих ситуаций.

К преимуществам кейс-метода как педагогической технологии можно отнести ее высокую эффективность, практическую направленность, интерактивный формат.

Кейсы бывают проектные, организационно-деятельностные, аналитические, экспертные, ролевые (имитационные, тренинговые).

Признаки использования кейс-технологии [3, с. 24]:

- проблемная, организационная или психологическая задача (проблема) имеет отношение к реальной жизни, ситуациям из профессиональной деятельности или реальным сферам деятельности обучающихся;
- наличие определенным образом структурированного описания;
- наличие задания;
- иная концепция результата и процесса;

- акцент не на усвоении знаний, а на их конструировании, получение разного рода опыта, в том числе во взаимодействии (интерактивный формат);

- интеграция индивидуального, группового и коллективного обучения;

- оценка в широком смысле (рефлексивная, экспертная, самооценка) как важный компонент метода (технологии).

Для того чтобы эффективно применять кейсы для формирования «4К» компетенций у специалистов сферы туризма и гостеприимства, важно, чтобы это были кейсы, связанные с профессиональным полем будущих сотрудников, но зачастую мы сталкиваемся с проблемой отсутствия готовых вариантов кейсов. В такой момент преподавателю приходится самостоятельно создавать кейс. Опишем, как можно разработать кейс (таблица).

Идеи для кейсов можно найти на профессиональных форумах, из собеседований с выпускниками, наставниками на производстве, также в профессиональной литературе и специальных сборниках, посвященных кейс-технологии.

#### Алгоритм составления кейса

Элемент разработки	Описание элемента
Цель	Выбрать умения и навыки, которые необходимо оценить.
Название	Важно, чтобы заголовок отражал суть кейса и заранее давал представление о ситуации, которая будет рассматриваться далее. Например: «Первый рабочий день»
Содержание	Содержание конкретной ситуации (case), служащей основой для написания кейса, может быть: взято из известной разработчику кейса реальной практики; построено на основе информации, заимствованной из журналов, газет, других печатных и электронных изданий, художественной литературы; придумано самим преподавателем. В виде текста, видео, аудио. Следует стремиться излагать ситуацию доступно, доходчивым языком. Целесообразно приводить высказывания, диалоги участников ситуации. Например, первый рабочий день — это короткий рассказ о том, что и как стоит делать. Как подготовиться к первой рабочей смене в отеле? Что делать если произойдет нештатная ситуация, к кому вы сможете обратиться и как вы это сделаете? Расскажите подробнее
Поиск решений Задание кейса	Подробное описание, анализ путей решения кейса и выбор оптимального варианта выхода из ситуации. Дается как задание по работе с ситуацией. Ситуация должна сопровождаться четкими инструкциями по работе с ней. Задание: «Правило успешного первого рабочего дня» — короткая 5-минутная презентация, в рамках которой вы должны рассказать, как подготовиться и что делать в непредвиденной ситуации на рабочем месте. Создайте короткий текст (план, конспект, схему) такой презентации. Основная задача — написать короткие и понятные правила начинающему специалисту, чтобы его первый рабочий день прошел без проблем.

Элемент разработки	Описание элемента
Описание результата	В этом пункте описывается модельный результат действий по решению проблемы. Например, текст презентации должен содержать короткие аргументированные правила, должен прослеживаться индивидуальный стиль (логический, эмоциональный), основанные на типичных проблемах, которые могут возникнуть на рабочем месте у каждого начинающего сотрудника. В процессе решения данной ситуации студентом проявляются следующие гибкие навыки: креативные, коммуникативные и т. д.
Оценочные материалы	Содержат карты диагностической оценки или самооценки, критерии, показатели, индикаторы для эксперта. Например, для оценки креативности: схватывает, исследует, создает и предлагает разные идеи и возможные варианты решения; воспринимает, наблюдает за деятельностью группы; исследует, учитывает подходящий опыт и информацию; находит оригинальное решение; устанавливает связи, интегрирует знания из разных дисциплин; видит новые интересные решения проблемы и понимает их возможные последствия и др.
Приложения, дополнительные материалы	Дополнительная информация к кейсу: таблицы, статистика, дополнительные подробности, ссылки в сети Интернет, инфографика, чек-листы, видео и т. д.

Приведем конкретный пример кейса для тренировки компетенций «4К».

Вас назначили капитаном команды по чемпионату в вашей туристической фирме. Разработайте программу подготовки вашей команды к данному конкурсному событию.

1. Сформулируйте цели и задачи вашей программы.

2. Определите период реализации.

3. Обозначьте с помощью каких инструментов развития вы будете работать с командой.

4. Составьте подробный план подготовки команды, с указанием ролей участников, конкретных мероприятия и сроков.

5. Разработайте алгоритм представления и внедрения программы.

Таким образом, мы видим конкретный пример кейса, которым можно применить во время учебного процесса, для развития «4К» компетенций у студентов, но важно заметить, что каждый преподаватель должен сам определять цель кейс-технологии и навыки, которые будут отрабатываться при его применении.

При этом стоит помнить, что необходима качественная система оценивания, при которой студент будет четко понимать за что он получает определенные результаты.

Все оценочные инструменты должны отвечать ключевым характеристикам формирующего оценивания [4, с. 34]:

- встроены в процесс преподавания и учения;
- предполагают обсуждение учебных целей с обучающимися;

- вовлекают обучающихся в самооценивание или партнерское оценивание;

- обеспечивают обратную связь: помогают обучающимся наметить следующие шаги в дальнейшем профессиональном развитии;

- укрепляют уверенность в том, что каждый обучающийся может добиться улучшений;

- стимулируют рефлексию и коммуникацию на занятии.

Принципы оценивания компетенций «4К» у обучающихся следующие [2, с. 55]:

- компетенций «4К» являются «тренируемыми»;
- компетенций «4К» связаны не с конкретной предметной (профессиональной) деятельностью, а со способами деятельности;

- ориентация как на учебную, так и на профессиональную деятельность;

- принцип «soft через hard» («гибкие» через «жесткие»).

Таким образом, мы видим, что «4К» компетенции достаточно востребованы на сегодняшний

день в системе образования, но применяются недостаточно качественно. Грамотное применение данной системы и качественное обучение приведет к появлению новых специалистов

в сфере туризма и гостеприимства, создаст благоприятные условия для развития и становления профессионалов своего дела и качественных сотрудников.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Жилин Д. М. Навыки XXI века и наука XXI века — противоречие или соответствие? // Естественнонаучное образование: взгляд в будущее. — М.: Издательство Московского университета, 2016. — С. 76–90.

2. Компетенции «4К»: формирование и оценка на уроке: Практические рекомендации / авт.-сост. М. А. Пинская, А. М. Михайлова. — М.: Корпорация «Российский учебник», 2019. — 76 с.

3. Компетенции «4К»: средовые решения для школы. Практические рекомендации: учебно-методическое пособие / сост. М. А. Пинская, А. М. Михайлова. — М.: Российский учебник, 2020. — 95 с.

4. Мироненко Е. С. Компетенции XXI века vs образование XXI века // Вопросы территориального развития. — 2019. — № 2 (47). — С. 34–36.

*Шевченко Елена Юрьевна*

заместитель директора по учебно-производственной работе  
Колледж туризма и гостиничного сервиса  
priemnaya-e.u@yandex.ru

*Шепелева Светлана Владимировна*

кандидат экономических наук, преподаватель  
Колледж туризма и гостиничного сервиса  
sv-shep@yandex.ru

## КОЛЛЕДЖ ТУРИЗМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА — РЕГИОНАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** Использование МТБ Колледжа туризма Санкт-Петербурга в рамках сетевого взаимодействия обеспечивает: проведение демонстрационных экзаменов; тренировки и проведение чемпионатов профессионального мастерства (регионального, национального) WS; создание единой базы электронных, образовательных ресурсов для внедрения дистанционных форм реализации сетевых программ; формирование современных образовательных ресурсов — методических, кадровых, информационных — для реализации сетевых программ СПО; реализацию программ повышения квалификации педагогических работников ПОУ сети.

**Ключевые слова:** профессиональное образование, региональная площадка, сетевое взаимодействие, гостеприимство, подготовка кадров.

*Shevchenko Elena Y.*

Deputy Director for educational and production work  
College of Tourism and Hotel Service

*Shepeleva Svetlana V.*

PhD in Economics, Lecturer  
College of Tourism and Hotel Service

## ST. PETERSBURG TOURISM COLLEGE — A REGIONAL SITE FOR NETWORKING IN THE FIELD OF TRAINING FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY

**Summary.** The use of MTB of the College of Tourism of St. Petersburg within the framework of network interaction provides: conducting demonstration exams; training and holding championships of professional skills (regional, national) WS; creation of a unified database of electronic, educational resources for the introduction of remote forms of implementation of network programs; the formation of modern educational resources — methodological, personnel, information — for the implementation of network open source programs; implementation of professional development programs for teachers of the PEI network.

**Keywords:** professional education, regional platform, networking, hospitality, personnel training.

Вхождение России в число крупнейших экономик мира, создание в базовых отраслях высокотехнологичных предприятий, цифровизация национальной экономики и необходимость массового внедрения технологических инноваций предъявляют новые требования к кадровому потенциалу страны. Повышение производительности труда и обеспечение высоких темпов экономического роста невозможно без изменения качества рабочей силы.

В октябре 2020 года Минпросвещения России представило Стратегию развития среднего профобразования до 2030 года, которая включает в себя пять приоритетных направлений: обновление содержания, формирование нового ландшафта сети СПО, повышение финансовой устойчивости и целевую поддержку колледжей, повышение квалификации работников системы СПО, развитие культуры профессиональных соревнований.

Первым шагом к формированию нового ландшафта сети СПО предполагается улучшение инфраструктуры, повышение уровня материально-технической оснащённости колледжей и техникумов, создание мастерских, соответствующих современным международным стандартам.

Ключевым направлением повышения квалификации работников системы СПО, согласно Стратегии, станет формирование нового набора компетенций педагогов. Для тех, кто придет на работу в колледжи с производства, акцент будет направлен на педагогические компетенции. Для тех, кто имеет педагогическое образование, но не имеет опыта работы на производстве, акцент будет сделан на обучение профессиональным компетенциям. Академия WorldSkills Russia должна стать базовой организацией по подготовке кадров, не имеющих опыта работы на производстве.

Сегодня перед системой профессионального образования ставятся разноплановые задачи, выдвигаются новые требования к формам и методам организации образовательного процесса, связанные с участием в движении WorldSkills Russia, инклюзивным образованием, подготовкой кадров для высокотехнологичных производств, в том числе по профессиям и специальностям ТОП-50.

Обеспечение требований к материально-техническому оснащению образовательной программы — одна из важнейших составляющих качественной подготовки обучающихся. Колледж туризма располагает материально-технической базой, отвечающей современным требованиям образовательных стандартов, рынка труда, стандартов WS. В колледже действуют три мастерские по компетенции «Поварское дело». В каждой мастерской оборудовано восемь рабочих мест, в соответствии с требованиями инфраструктурных листов. Все мастерские обеспечивают профессиональную подготовку с учетом требований образовательных стандартов, стандартов WS и Демонстрационного экзамена в рамках итоговой аттестации. Навыки самостоятельной работы с АСУ обучающиеся отрабатывают в Лаборатории автоматизированных систем управления, где изучают программы учета, расходования сырья, ведения технико-технологической документации, организации производства, отрабатывают технику расчета с гостями.

Одним из важнейших факторов обеспечения высокого качества подготовки кадров в системе среднего профессионального образования яв-

ляется внедрение и распространение модели практико-ориентированного обучения, главной целью которого является формирование у будущего специалиста профессиональных компетенций и полной готовности к профессиональной деятельности.

С 2018 года Колледж туризма Санкт-Петербурга является «Региональной площадкой сетевого взаимодействия» в области подготовки кадров «Искусство, дизайн и сфера услуг». Площадка обеспечивает сетевое взаимодействие пяти профессиональных образовательных организаций Санкт-Петербурга: Колледжа кулинарного мастерства, Колледжа пищевых технологий, Морского технического колледжа, Российского колледжа традиционной культуры и Колледжа «Красносельский». В рамках сетевого взаимодействия разработано содержание Основной профессиональной образовательной программы СПО с учетом требований профессиональных стандартов и требований WS, новых образовательных технологий, форм организации образовательного процесса. Проводятся курсы повышения квалификации педагогических работников профессиональных образовательных учреждений с использованием материально-технической базы колледжа.

Использование материально-технической базы (МТБ) в рамках сетевого взаимодействия обеспечивает:

- проведение Демонстрационного экзамена по компетенции «Поварское дело»;
- тренировки и проведение чемпионатов профессионального мастерства (регионального, национального) WS;
- создание единой базы электронных, образовательных ресурсов для внедрения дистанционных форм реализации сетевых программ;
- формирование современных образовательных ресурсов — методических, кадровых, информационных — для реализации сетевых программ СПО;
- реализацию программ повышения квалификации педагогических работников ПОУ сети.

На сайте колледжа представлен раздел «Региональная площадка сетевого взаимодействия», где опубликованы программы повышения квалификации, методические материалы для педагогических работников сетевого взаимодействия, с учетом инновационного оборудования Региональной площадки сетевого взаимодействия в области подготовки кадров по перечню наиболее востребованных и перспективных про-

фессий и специальностей СПО ТОП-50, а также видеоматериалы, новости РПСВ.

Опыт участия колледжа в масштабных проектах представлен на рисунке 1.

В 2020 г колледж стал победителем на предоставление гранта в рамках реализации мероприятия «Государственная поддержка профессиональных образовательных организаций в целях обеспечения соответствия их материально-технической базы современным требованиям федерального проекта «Молодые профессионалы» (Повышение конкурентоспособности профессионального образования) национального проекта «Образование».

В результате реализации проекта создаются мастерские по четырем компетенциям, оборудованы новые рабочие места, внедрено современное технологическое оборудование, а также

оборудование, обеспечивающее дистанционные образовательные технологии. Внедрение средств вычислительной техники и программного обеспечения должно повысить качество подготовки профессиональных кадров, создать новую образовательную среду для формирования профессиональных компетенций с возможностью использования электронного обучения, обеспечить единое информационное пространство для проведения независимой оценки в форме Демонстрационного экзамена по стандартам WS. Мероприятия по реализации проекта представлены на рисунке 2.

В октябре 2021 года в Колледже состоялась торжественная церемония открытия четырех инновационных мастерских по компетенциям: Поварское дело, Ресторанный сервис, Туризм, Администрирование отеля.

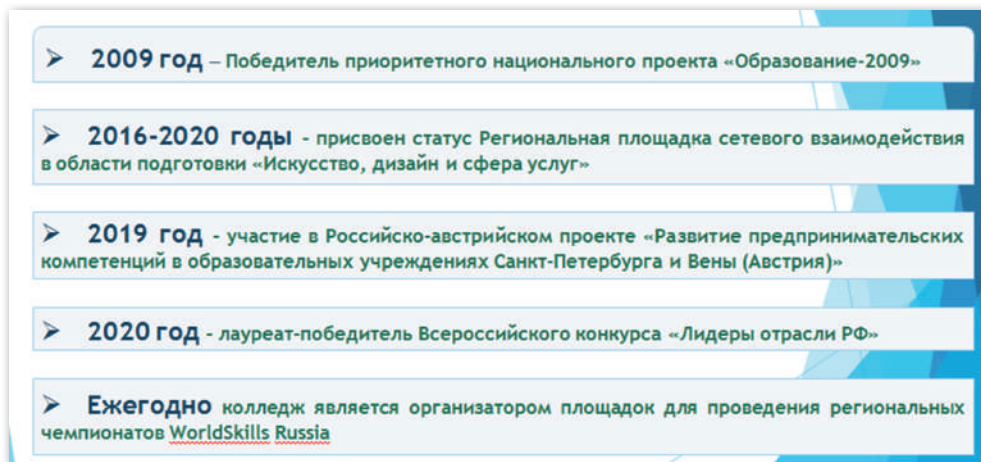


Рисунок 1 — Опыт участия колледжа в масштабных проектах

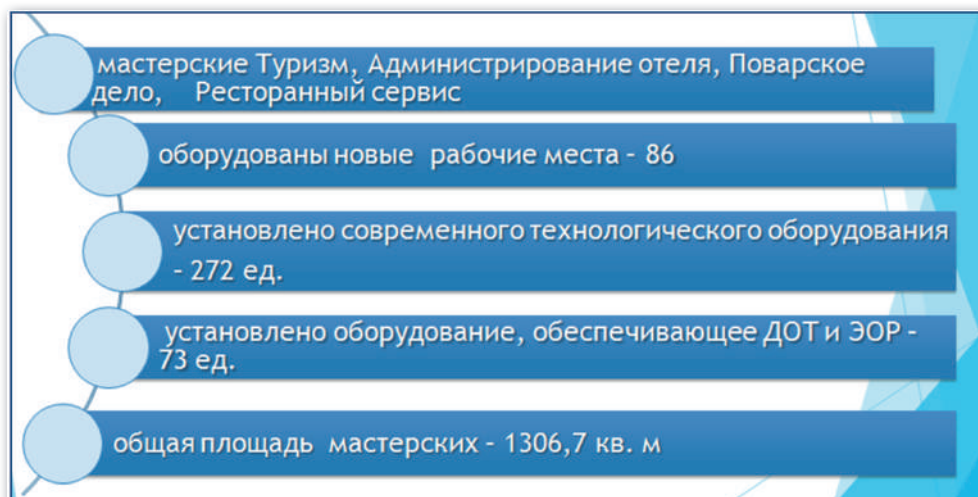


Рисунок 2 — Результаты реализации в колледже национального проекта «Образование»

Реализуя требования федеральных образовательных стандартов в части объективной оценки качества подготовки специалистов на отделении «Ресторанный сервис», колледж с 2019 года проводит демонстрационный экзамен по профессии «Повар, кондитер», а с 2021 года — по специальности «Поварское и кондитерское дело».

Модель подготовки к демонстрационному экзамену представлена на рисунке 3.

Экзамен проводится на площадке Центра проведения демонстрационного экзамена в соответствии с заданием. Независимая оценка дает

возможность объективно оценить качество подготовки выпускников.

Одна из приоритетных задач, стоящих перед коллективом колледжа — соответствие квалификации педагогических кадров. Подбор, обучение, повышение квалификации работников, практико-ориентированный подход в подготовке кадров требует от педагогов новых компетенций. Повышение квалификации педагогов и мастеров производственного обучения в колледже организовано на постоянной основе на курсах различного уровня (рисунок 4).

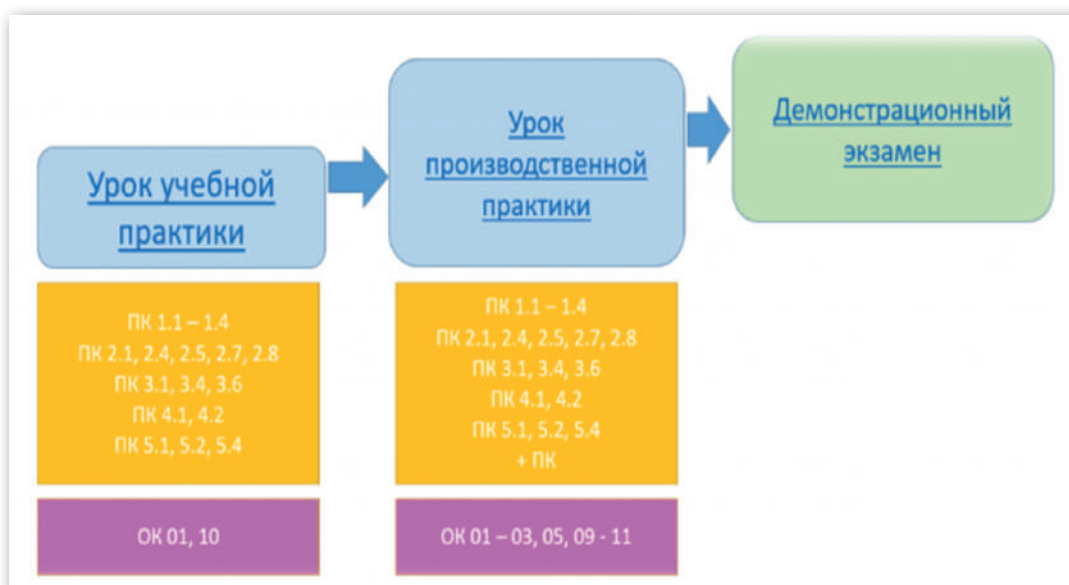


Рисунок 3 — Модель подготовки к демонстрационному экзамену по профессии «Повар, кондитер»



Рисунок 4 — Программы повышения квалификации, реализуемые в колледже



Осуществляется тесное сотрудничество образовательного учреждения с работодателями в форме мастер-классов, при разработке и рецензировании рабочих программ, посредством их участия в ГИА и промежуточной аттестации.

Сегодня кадровый состав Колледжа туризма Санкт-Петербурга представлен высококвалифицированными педагогами и мастерами производственного обучения. В их числе руководители предприятий питания, шеф-повара. Ведущие преподаватели и мастера производственного обучения участвуют в подготовке обучающихся к конкурсам профессионального мастерства различного уровня. Последние пять лет колледж добивается высоких результатов в региональных чемпионатах WS: первые места по компетенции поварское дело (2020–2021 годы), в национальном чемпионате — второе место (серебро). Ежегодно колледж является организатором площадки Региональных чемпионатов, а в 2020 году — Национального чемпионата. В 2020 году Колледж туризма Санкт-Петербурга подтвердил статус Специализированного центра компетен-

ций (СЦК), аккредитованного по стандартам WorldSkills, с присвоением национального статуса по компетенции «Поварское дело».

Высокую квалификацию педагогических кадров в Колледже подтверждает и тот факт, что в сентябре 2021 года мастер производственного обучения Колледжа туризма Санкт-Петербурга в Австрии (член Национальной сборной WorldSkills Russia) был награжден золотой медалью на Чемпионате Европы по профессиональному мастерству EuroSkills Graz 2021 по компетенции «Поварское дело».

В преддверии подготовки Санкт-Петербурга к Европейскому чемпионату профессионального мастерства по стандартам «WorldSkills» в 2022 году, необходимо мобилизовать потенциал профессионального сообщества на организацию проведения такого уровня мероприятия и достойную подготовку его участников. «Региональная площадка сетевого взаимодействия» в области подготовки кадров «Искусство, дизайн и сфера услуг» станет достойной базой подготовки участников данного мероприятия.

## ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

**Аннотация.** В статье представлены факторы, побуждающие предприятия сферы услуг к разработке инноваций. Рассмотрен ряд отраслевых и продуктовых особенностей сервисных инноваций. Сделаны выводы относительно ключевых особенностей разработки и внедрения инноваций в сфере услуг.

**Ключевые слова:** услуга, процесс обслуживания, сфера услуг, система оказания услуг, инновация.

*Shindina Yulia A.*

PhD, Associate Professor,  
Baltic State Technical University «VOENMEH» named after D.F. Ustinov,  
Department of Economics, Organization and Production Management

## FEATURES OF DEVELOPING INNOVATIONS IN THE SPHERE OF SERVICES

**Summary.** The article presents the factors that induce service enterprises to develop innovations. A number of industry and product features of service innovations are considered. Conclusions are made regarding the key features of the development and implementation of innovations in the service sector.

**Keywords:** service, service process, service sector, service delivery system, innovation.

Сфера услуг является достаточно обширной совокупностью разнообразных видов хозяйственной деятельности: гостиничных и туристских услуг, бытовых услуг, услуг здравоохранения, образования, транспорта и многих других. На протяжении последних десятилетий, на фоне постоянной трансформации общественных потребностей, мы можем наблюдать тенденцию роста доли услуг в общем объеме производства. И уже можно говорить о том, что в настоящее время степень развития сферы услуг выступает важнейшим признаком развития общества.

Постоянно растущий спрос на услуги требует непрерывной разработки и внедрения новых видов услуг. Однако инновационная деятельность в сфере услуг отличается от подобной деятельности в производственной сфере. Поэтому выявление ключевых особенностей разработки и внедрения инноваций для предприятий сферы услуг на данный момент весьма актуально.

К факторам, побуждающим сервисные предприятия к внедрению инноваций, можно отнести следующие:

- усиление конкуренции (снижение затрат, увеличение эффективности у конкурентов);
- изменения в экономике;

- усиление государственного регулирования;
- необходимость устойчивого развития;
- сокращение жизненного цикла продукта;
- социальные ожидания и давление общества;
- демографические, социальные и рыночные изменения.

В качестве входных данных для цикла разработки новых услуг выступают сервисные инновации, которые на выходе превращаются в новые услуги. Новшества в сфере сервиса могут определяться как новые полезные и творческие идеи, которые улучшают эффективность предоставления услуг и повышают ценность и полезность услуги. Успешное внедрение и эксплуатацию новых идей называют инновациями. Сервисные инновации могут быть классифицированы по общим признакам, представленным в табл. 1. [1]

При радикальных инновациях новая система обслуживания с новыми техническими характеристиками и новым конечным продуктом заменяет старую систему обслуживания. Такие инновации могут осуществляться в следующей форме:

- основные инновации — могут представлять собой принципиально новые услуги на рынке, новые информационные и компьютерные технологии;

## Классификация инноваций

Критерий классификации	Виды инноваций
1. Технологические параметры	Продуктовые, процессные
2. Новизна	Новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для предприятия
3. Место на предприятии	Инновации на «входе», инновации на «выходе», инновации системной структуры
4. Глубина вносимых изменений	Радикальные (базовые), дополнительные (модификации)
5. Сфера деятельности	Технологические, производственные, экономические, социальные, маркетинговые, управленческие

— новые проекты (стартапы) — новые проекты на рынке услуг, которые обслуживаются существующими процессами;

— новые предложения услуг, существующих на рынке, для клиентов какой-либо организации. [1]

Дополнительные инновации предполагают незначительные изменения в существующих услугах. Они могут принимать различные формы, например:

- расширения существующей линейки услуг;
- улучшения в процессе обслуживания;
- изменения стиля сервисной организации.

Использование инноваций в сфере сервиса должно учитывать ряд особенностей данной отрасли. В частности, к ним можно отнести:

- низкие входные барьеры в отрасль;
- низкую патентную защиту;
- относительно небольшой размер капиталовложений;
- более короткие циклы обслуживания (по сравнению с производством). [3]

Помимо отраслевых особенностей на разработку и внедрение инноваций в сфере услуг оказывают влияние особенности самого продукта — услуги.

Определения понятия «услуга» отмечают нематериальный характер потребления, хотя услуга может представлять собой сочетание материальных и нематериальных благ. Так, Ф. Котлер с соавторами предлагает следующее определение услуги: «Услуга (service) — любая деятельность или благо, которую одна сторона может предложить другой. Услуга по сути своей является неосязаемой и не приводит к овладению собственностью (к передаче собственности)». [2]

Услуги можно рассматривать как вид особой деятельности, в процессе выполнения которой

не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, а изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности.

То есть справедливо говорить о том, что услуга — это ряд действий более или менее нематериального характера, которые обычно происходят при взаимодействии между клиентом/товарами и обслуживающим персоналом/системой обслуживания и имеют целью удовлетворение потребностей клиента.

Сравнение основных характеристик товаров и услуг представлено в табл. 2.

Очевидно, что достаточно проблематично применять знания, методы или опыт разработки новых товаров напрямую к услугам. Присутствие клиента, невозможность создания запаса услуг, нематериальный характер обслуживания, различные требования клиентов делают среду обслуживания уникальной.

Кроме того, ряд услуг имеет как материальные, так и нематериальные характеристики. Совокупность характеристик некоторой услуги, предлагаемой потребителю, называют пакетом услуг.

Пакеты услуг разделяют по характеру конечного потребителя:

- услуги для потребителя (финансовые услуги, розничная торговля);
- услуги для бизнеса (консультирование, связь);
- внутренние услуги организаций (персонал, ИТ);
- государственные услуги (образование, здравоохранение);
- некоммерческие услуги (благотворительные организации, религиозные организации). [3]

Сравнение характеристик товаров и услуг

Характеристика	Товар	Услуга
1. Выход	Осязаемый материальный	Нематериальный
2. Спрос на продукт	Единообразный	Меняющийся в зависимости от предпочтений клиента
3. Право собственности	Возможно установить	Невозможно установить
4. Возможность хранения	Да	Нет
5. Производство и потребление	Отделено друг от друга, как по времени, так и по месту	Происходит одновременно во времени и пространстве
6. Участие покупателей	Низкая вовлеченность или отсутствие участия	Высокая вовлеченность и часто клиент выступает в качестве со-производителя
7. Возможность получения патента	Легко	Очень сложно

Пакет услуг может состоять из материальных предметов, обладающих физическими преимуществами и нематериальных активов, представляющих собой услуги.

Пакет услуг может включать в себя следующие элементы:

— использование вспомогательных ресурсов — физических объектов, где предлагаются услуги, например здание колледжа, больница, самолет и др.;

— сопутствующие товары — материалы или предметы, приобретенные или потребленные покупателем и / или предоставленные клиенту, например продукты питания в самолете и юридические документы к реальному объекту недвижимости;

— информация — любые данные или информация, предоставленные клиенту для обеспечения эффективного индивидуального обслуживания, например записи истории болезни пациента, наличие билетов в кино и др.;

— явные услуги — легко определяемые преимущества, получаемые покупателем от потребления услуги;

— неявные услуги — психологические преимущества, получаемые покупателем от потребления услуги, которые могут ощущаться расплывчато.

Очевидно, что разработка пакета инновационных услуг будет отличаться от разработки инноваций в сфере производства. Это обусловлено спецификой самих услуг: их неоднородностью, быстро изменяющимся спросом, высокой скоростью оборота капитала, низкими входными барьерами в отрасль и др.

Таким образом, можно сформулировать выводы, касающиеся особенностей разработки и внедрения инноваций в сфере услуг.

1. Услуги — это и продукт, и процесс, а из-за природы и характеристики услуг не всегда возможно изменить или улучшить процесс обслуживания. Инновации в сфере услуг признаются только по мере их появления в процессе предоставления услуг благодаря удовлетворению конкретных потребностей клиента.

2. Сервисные организации или сотрудники могут вводить новшества для повышения качества обслуживания либо при выполнении необычного запроса клиента, не задумываясь о том, что они на самом деле занимаются инновациями. То есть сервисные нововведения могут вообще не быть результатом преднамеренной деятельности.

3. Обычно компании разрабатывают инновационные продукты, которые представляют собой пакет товаров и услуг. Важно понимать разницу между товарами и услугами, определять отличительные характеристики услуг, и эффективно управлять ими с помощью соответствующих инструментов и методов.

4. Научно-исследовательская деятельность пока еще в большей степени направлена на производственную сферу. Сервисные предприятия не могут использовать конкретные результаты НИОКР так же легко, как производственные предприятия. Предприятиям сервиса приходится адаптировать их под собственные нужды. Иногда, в силу ограниченности ресурсов, сервисные предприятия могут вообще не иметь возможности использования инноваций. Из-за этих особенностей внедрение инноваций в сфере сервиса остается достаточно проблематичным.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: учебник / ред.: С.Д. Ильенкова — 4-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 393 с.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга: перевод с английского / Ф. Котлер [и др.]. — 4-е европейское изд. — М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2007. — 1199 с.

3. Романович Ж. А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев; под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 284 с.

Научное издание

**ВЕСТНИК  
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**Международный научный сборник**

**Выпуск 9**

Подписано в печать 24.12.2021. Формат 60×84 1/8.  
Печ. л. 20,75. Тираж 500 экз. Заказ 895.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург,  
наб. канала Грибоедова, д. 30–32, лит. А.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ