



<https://doi.org/10.22363/2313-2302-2022-26-4-882-895>

Научная статья / Research Article

Модернизация высшего образования для сферы туризма и гостеприимства в современных условиях: социально-философский анализ

В.В. Гернеший  

Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6
 gerneshiy-vv@rudn.ru

Аннотация. Представлены результаты теоретического обобщения подходов к моделированию современного туристского образования как социокультурного феномена, вступившего в стадию нового развития под влиянием потребностей общества и внешнего воздействия. Показано, что вследствие социально-политических, экономических изменений в мире отечественная туриндустрия подверглась воздействию многочисленных негативных разнородных и разнонаправленных факторов. Такое положение привело к достаточно глубоким трансформациям в российской туриндустрии. Подчеркивается, что в настоящее время отраслевое бизнес-сообщество предъявляет более высокие требования к профессиональному уровню сотрудников, как ключевому фактору эффективной деятельности предприятий отрасли и их развития в изменяющихся условиях социально-экономической деятельности. При этом профессиональное сообщество отмечает настоятельную необходимость роста в общественном понимании престижа как собственно самой туриндустрии, так туристского профессионального образования. В статье сделан акцент на то, что отечественной туристской отрасли в ближайшие годы потребуются существенные количественные изменения в кадровом потенциале. При этом качество подготовки специалистов должно обеспечить формирование компетенций, позволяющих эффективно использовать созданную инфраструктуру, создавать уровень сервиса, соответствующий ожиданиям и запросам потребителей туристских услуг. Отмечается, что трансформация отечественной туриндустрии предопределяет изменение моделей туристского образования. Формирование моделей туристского образования рассмотрено через взаимосвязь содержания образовательного контента, осваиваемого обучающимися, и учебной деятельности, обеспечивающей качественное и полное обучение. В статье проведен социально-философский анализ основных моделей туристского образования в России, выделены некоторые общие недостатки и достоинства каждой модели. Прослеживается разнообразие методологических средств, применяемых

© Гернеший В.В., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

в сегодня в сфере подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства с учетом современных условий перехода к интенсивному развитию внутреннего туризма.

Ключевые слова: модель туристского образования, кадры новой формации, профессиональная подготовка, образовательные технологии, модель университета, интегрированная система обучения

Информация о финансировании и благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00045 А «Влияние этнокультурных, религиозных, коммуникативных, образовательных и миграционных факторов на развитие современной индустрии туризма: опыт социально-философского анализа».

История статьи:

Статья поступила 15.08.2022

Статья принята к публикации 15.10.2022

Для цитирования: *Гернеший В.В.* Модернизация высшего образования для сферы туризма и гостеприимства в современных условиях: социально-философский анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. 2022. Т. 26. № 4. С. 882—895. <https://doi.org/10.22363/2313-2302-2022-26-4-882-895>

Modernization of Higher Education for Tourism and Hospitality in Contemporary Conditions: Socio-Philosophical Analysis

Vasiliy V. Gerneshiy  

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation

 gerneshiy-vv@rudn.ru

Abstract. The article presents the results of the theoretical generalization of approaches to modeling modern tourism education as a socio-cultural phenomenon, which has entered the stage of new development under the influence of social needs and external influences. It is indicated that because of socio-political and economic changes in the world, the domestic tourism industry has been affected by numerous negative heterogeneous and multidirectional factors. This situation has led to quite profound transformations in the Russian tourism industry. It is emphasized that now the industry business community makes higher demands on the professional level of employees as a key factor in the effective operation of industry's enterprises and their development in changing socio-economic conditions. The professional community notes the urgent need for growth in public understanding of the prestige of both the tourism industry itself and tourism professional education. The article emphasizes that the domestic tourism industry will require significant quantitative changes in personnel potential in the coming years. The quality of training should ensure the formation of competencies that allow the effective use of the created infrastructure to create a level of service that meets the expectations and demands of consumers of tourist services. The author notes that the transformation of the domestic tourism industry predetermines the change in models of tourism education. The formation of tourist education models is considered through the interconnection of educational content mastered by students and learning activities, providing high-quality and

complete learning. The article provides a socio-philosophical analysis of the main models of tourism education in Russia, highlighting some general disadvantages and advantages of each model. The variety of methodological tools used in contemporary training of specialists in tourism and hospitality, considering modern conditions of transition to intensive development of domestic tourism, is traced.

Keywords: model of tourism education, new formation personnel, professional training, educational technologies, university model, integrated training system

Funding and Acknowledgement of Sources. The reported study was funded by RFBR, project number 20-011-00045 A “The Influence of Ethnocultural, Religious, Communicative, Educational and Migration Factors on the Development of the Contemporary Tourism Industry: Socio-Philosophical Inquiry.”

Article history:

The article was submitted on 15.08.2022

The article was accepted on 15.10.2022

For citation: Gerneshiy VV. Modernization of Higher Education for Tourism and Hospitality in Contemporary Conditions: Socio-Philosophical Analysis. *RUDN Journal of Philosophy*. 2022;26(4):882—895. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-2302-2022-26-4-882-895>

Проблемы развития отечественной туристической индустрии в условиях глобальной нестабильности

К началу текущего года в российском туризме удалось в определенной степени нивелировать негативные тенденции, обусловленные пандемией. Последовавшие процессы политической и экономической турбулентности в мире (санкции, закрытие границ, визовые ограничения, создание в большинстве зарубежных СМИ негативного образа России и др.) только усиливали деструктивное влияние на деятельность отечественной туристической индустрии. Уход с туристского рынка РФ части мировых гостиничных брендов тоже внес определенный отрицательный эффект в деятельность отрасли. Несмотря на такие негативные явления, туристическая индустрия нашей страны показывает существенную и устойчивую положительную динамику роста, демонстрирует возрастание ее роли в развитии национальной экономики. Оценивая туристическую индустрию, с точки зрения ее вклада в экономику страны, Правительство Российской Федерации отмечает, что «отрасль формирует 4—5 % процентов валового внутреннего продукта страны и до 0,7 % процента общей численности занятых»¹. Однако эти показатели пока не достигают уровня соответствующих данных ряда развитых стран мира.

Президент России Владимир Путин 21 июля 2020 г. подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до

¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439 «Программа развития туризма» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. С. 11.

2030 года»². Согласно указу, достижение национальной цели «Возможности для самореализации и развития талантов» должно быть реализовано через лежащий в основе этой цели Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Проект направлен на развитие отечественной туристической индустрии, на возрастание роли туризма в социальном и экономическом развитии нашей страны на период до 2030 года.

Проектом предусмотрено вложение значительных инвестиций практически во все туристские дестинации страны, в формирование туристских территориальных кластеров, в улучшение существующей и создание новой инфраструктуры отрасли, соответствующей потребительским запросам современности. Вектор реализации проекта тесно увязан и согласован с установками Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 г., ее целевой функцией на качественную трансформацию основных видов туризма в Российской Федерации.

В настоящее время становится очевидным, что отечественная туристическая индустрия постепенно приобретает новые, прогрессивные, черты и уже через несколько лет будет качественно иной по содержанию и форме. Российский туризм получил шанс существенно укрепить позиции как авторитетного и конкурентоспособного игрока на рынке мировой туристической индустрии. Реализация масштабных инфраструктурных проектов, формирование уникальных туристических территорий и кластеров уже сейчас обуславливают потребность в притоке кадрового потенциала. Национальным проектом предусмотрено к 2030 г. увеличить число работников туристической индустрии с 2,5 до 4,7 млн человек³. Такие количественные показатели, в определенной степени вытекают из установок Стратегии развития туризма определяющей, что туристическая индустрия сможет быть эффективной, генерировать качественные турпродукты с высоким уровнем сервиса их реализации, не ниже ведущих мировых стандартов, при условии обеспечения отрасли соответствующим ее запросу кадровым потенциалом, при этом отмечена необходимость «долгосрочного планирования и построения системы подготовки кадров всех уровней»⁴.

Подобного рода количественные и качественные изменения отрасли — это определенный вызов отечественным профильным образовательным организациям, готовящих кадры для туристической индустрии. Отвечая на такие запросы современности, вузам туристической индустрии предстоит решить ряд важнейших проблем.

² Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 года «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Официальный интернет портал правовой информации. 2020. С. 1—4.

³ Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», Портал «Национальные проекты». URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 27.11.2022).

⁴ Постановление Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 г. № 2129-р «О стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. С. 33.

Первая из них — обеспечение динамичного роста количественных показателей подготавливаемых специалистов. Необходимо отметить, что достичь их будет достаточно сложно, так как туристские специальности не являются приоритетными при выборе абитуриентами направлений подготовки. Стоимость обучения зачастую сопоставима с наиболее часто выбираемыми абитуриентами специальностями (экономика, дизайн, лингвистика, менеджмент), а количество выделяемых бюджетных мест на туристские направления весьма незначительно. При этом, инвестируя в свое образование довольно значительные финансовые средства, выпускник на выходе получает от предприятий туристической индустрии предложения по трудоустройству с относительно низким уровнем заработной платы в сравнении с другими отраслями. Ряд университетов Москвы, Санкт-Петербурга, некоторых крупных регионов страны, реализующих образовательные программы подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства, уже испытывают определенные трудности с набором на эти специальности.

Вторая проблема связана с существенными изменениями в требованиях к уровню качественных характеристик выпускников. На туристические специальности должны отбираться претенденты с достаточно высоким уровнем базовой (школьной) подготовки. Между тем ежегодный мониторинг качества приема поступления в вузы показывает, что абитуриенты туристских специальностей в основном имеют относительно невысокие баллы по ЕГЭ (180—220) [1].

Третья проблема представляется наиболее сложной и работающей на перспективу развития отрасли в целом: это — преодоление сложившегося в общественном сознании стереотипа о невысоком престиже профессий, относящихся к сфере туризма и гостеприимства. В этом же контексте можно выделить и следующую, четвертую, проблему, а именно необходимость формирования имиджа предприятий туристической индустрии как устойчивых и перспективных бизнес-структур. Решение двух последних взаимосвязанных задач является условием необходимым, но недостаточным для выполнения вузами туристической индустрии фундаментальной цели подготовки кадров новой формации.

В связи с этим в последнее время возникла тенденция на переориентирование образовательных учреждений высшего образования страны на эффективную подготовку специалистов, отвечающим запросам современного общества. Речь идет о новой стратегии образовательной деятельности, анонсированной федеральным органом управления образованием (Минобрнауки РФ) — изменение направленности вектора отечественного высшего образования от Болонской модели к созданию собственной отечественной системы подготовки кадров. Следует отметить, что такое решение в полной мере согласуется с установками Президента Российской Федерации о переводе отечественного профессионального образования состояние перманентного, которое способно гибко и в любое время реагировать на трансформационные процессы в экономической и научной сферах, как следствие таких процессов

— проведение целого комплекса мероприятий по качественному преобразованию системы подготовки кадров, в том числе и для индустрии туризма.

Становится очевидным, что нам предстоит модернизация структуры высшего туристского образования, включая трансформацию существующих моделей туристского образования. Проведем анализ некоторых моделей туристского образования, реформирование которых становится актуальным в связи с внешними вызовами.

Актуальные модели высшего туристского профессионального образования

Исследования трансформаций функций высшего туристского образования в современной России показали, что формирование моделей такого образования как правило, рассматриваются в аспекте системного исследования, итогом которого должно быть формирование модели, обеспечивающей достижение управленческих целей. При этом отмечается, что «моделирование образовательной системы вуза приобретает особую актуальность в связи с подготовкой конкурентоспособных выпускников и последующей кадровой политикой» [2. С. 1].

В процессе формирования модели образовательной системы, включая в нее набор необходимых элементов, их взаимосвязей, различные траектории педагогического процесса, ключевым моментом будет определение и выбор тех элементов, которые лягут в основу для самоорганизации личностно-профессионального роста специалиста туристической индустрии. Современные модели туристского образования должны учитывать и то обстоятельство что в условиях глобализации «складывающиеся между этносами и религиозными организациями отношения оказывают большое влияние на социальную и культурную жизнь в любой стране. Туристическая индустрия, как важнейшая составляющая социально-экономической сферы, не может развиваться без учета характера этих отношений» [3. С. 118]. Очевидно, что этот аспект должен быть учтен на всех этапах подготовки специалистов отрасли.

Реализация образовательной модели возможна только в ходе образовательного процесса университета. Успешность и качество ее реализации в определенной степени зависит от модели университета. В коллективной монографии «Типология университетов, модели и инструменты организационного развития» приведены примеры таких, наиболее часто применяемых моделей [4]. Следует учитывать, что «модель *университета мирового класса*» характерна для крупного, успешного и современного университета. Как известно, в Российской Федерации существуют университеты туристского профиля, однако уровню университета мирового класса они пока не соответствуют. При этом ряд отечественных университетов с мировым именем и широкой международной признательностью, которые по праву можно отнести к университетам мирового уровня, успешно реализуют программы

подготовки специалистов туриндустрии — МГУ им. М. В. Ломоносова, РУДН, НИУ ВШЭ и др.

Авторы монографии выделяют так называемую «массовую модель». Отличительной особенностью данной модели является ее ориентация наиболее востребованные большинством студентов специальности. При этом университет через механизм реализации целого спектра популярных специальностей, готовит востребованные бизнес-сообществом профессиональные кадры. Отмечается, что университет такой модели как правило, располагают относительно развитой инфраструктурой, что является существенным фактором как при выборе университета абитуриентом, так и в ходе обучения студентов. Эта модель весьма характерна для туристских университетов.

Современные, передовые университеты обладают рядом схожих характеристик. При этом одной из наиболее важных характеристик является способность к сотрудничеству в глобальном образовательном пространстве. Мы можем в этом случае говорить о *модели университета сетевого взаимодействия*. Ряд исследователей отмечают, что рост числа университетов, процесс постоянного увеличения количества образовательных продуктов и совершенствования их качества создали довольно жесткую конкурентную среду для университетов. В условиях глобализации образования конкурентная борьба университетов обусловила создание внутривосточных и международных союзов между ними. Отмечается, что сейчас «складываются кооперации университетов, формируются альянсы, которые помогают им занимать выигрышные позиции на мировом рынке образовательных услуг» [5. С. 172].

Объединение университетов в виде сетевого взаимодействия представляется весьма перспективной. Ключевым элементом модели является синергия нескольких университетов, при которой каждый из них предлагает партнерам свою самую сильную сторону. Практика показывает, что такая модель весьма эффективна и дает результат высокого качества. Особенно важна для вузов туриндустрии модель сетевого взаимодействия с зарубежными вузами — партнерами. Учитывая специфику отрасли, при которой выпускники туристских университетов в своей профессиональной деятельности широко практикуют международные контакты и кросскультурные коммуникации [6], сетевое взаимодействие с зарубежными вузами является весьма полезным и ценным ресурсом в достижении поставленных образовательных целей. Следует отметить, что сетевое взаимодействие университетов позволяет обучающимся получить не только качественное профессиональное образование, но что не менее важно, обучаясь определенный период в каждом из университетов партнеров сетевого взаимодействия, приобщиться к ценностям новой для себя культуры, понимать и принимать ее с позиций толерантности. Такой подход по своему содержанию носит гуманитарный характер, независимо от избранной студентом специальности.

Следующая применяемая сегодня модель университетов — *модель с фильтром на входе*. В Европе эта модель характерна для университетов

Франции. В нашей стране ее реализуют ряд ведущих университетов, имеющих право принимать собственные вступительные экзамены. Рассматривая такую модель, можно говорить об университете в общепринятом понимании, каких большинство в мире. Принимая сильных, внутренне мотивированных студентов, университет ориентирует их в своей профессиональной подготовке рассчитывать на собственный интеллектуальный потенциал, создавая для этого необходимые условия внутренней образовательной среды. Такая модель представляется весьма эффективной, позволяющей туристскому университету не набирать, а отбирать своих будущих студентов, имеющих высокую мотивацию и образовательную базу, позволяющую успешно осваивать программы высшего образования. Тем самым уже на первом этапе отбора университет закладывает основы качественной подготовки будущих выпускников.

Современные модели построения образовательной организации высшего образования различаются также по социальным критериям, что весьма важно в условиях трансформаций обществ и их взаимодействия в мировом пространстве. Различают несколько таких моделей:

1. В образовательном процессе большинства ведущих университетов доля научно-исследовательской деятельности постоянно возрастает. Как следствие, в университете доминирует *исследовательская модель*, вектор которой нацелен на синтез научной и профессиональной деятельности обучающегося. Такая модель представляется весьма эффективной и перспективной, она в полной мере отвечает духу современного университета. При выборе модели, следует учитывать, что туриндустрия относится к отраслям с относительно не высокой наукоемкостью. Этот фактор не позволяет сделать ее приоритетной в данный момент. Однако тенденции развития туриндустрии (кластеризация, оптимизация функционирования предприятий и бизнес-процессов, внедрения в отрасль IT технологий, диверсификация систем управления, новые экономические подходы и принципы при организации деятельности отрасли) требующие глубокого научного обоснования, безусловно приведут туристские вузы к исследовательской модели.

2. По социокультурному критерию следует выделить, *«гуманитарную модель*, сущность которой заключается в деятельности, связанной с обобщением, сохранением и транслированием культурного опыта человечества. Такая модель должна обеспечить понимание выпускником, что «туризм в целом, рассматриваемый как социальный институт со своей инфраструктурой и стратификацией, осуществляет двойную функцию в диалогическом взаимодействии культур: во-первых, он способствует установлению и расширению межэтнических, межрелигиозных и социальных коммуникаций в глобальном масштабе; во-вторых, обуславливает ценностное взаимообогащение различных народов» [3. С. 121].

Выбор указанной выше модели, по существу означает выбор инструмента с помощью которого можем в определенной степени гарантировать

достижение целей, определяемых требованиями образовательных стандартов и обеспечить подготовку выпускника к успешной управленческой работе в сфере туристической индустрии, владеющего набором личностных качеств, и профессиональных компетенций, достаточных для построения эффективных бизнес-процессов по управлению структурными предприятиями современной туристической индустрии. Такой выпускник будет в большой степени соответствовать ожиданиям и запросам профильного бизнеса и общества.

3. Если рассматривать подготовку специалистов туристической индустрии через призму общественного (социального) заказа, то «модель *университет — предприятие* ориентирована на современную ситуацию, которая складывается под влиянием рынка, то есть спроса и предложения» [4. С. 13]. Модель в полной мере согласуется с тенденциями развития туристической индустрии, адекватна стоящим перед ней задачам. По этим параметрам может быть рекомендована как одна из ведущих образовательных моделей для современной туристической индустрии.

4. В наибольшей степени социально ориентирована модель *университет — общество*. Ее главный вектор нацелен на фундаментальные исследования, востребованные обществом в областях экономической, политической, социальной и этнокультурной. В туристических университетах может быть приемлема на уровнях как магистерской подготовки, так и подготовки кадров высшей квалификации.

5. В типологии университетов встречается термин «инновационная модель». Под ним понимается, что университет, реализующий такую модель, на своей базе формирует различные инновационные учебные, научные и производственные подразделения, инкубаторы и другие. В рамках модели все подразделения (научные, учебные и производственные) на различных этапах образовательной деятельности между собой взаимодействуют, при координирующей роли университета. При этом взаимодействие реализуется через договорной механизм, обеспечивающий некую коммуникативную и юридическую функцию.

Учитывая инновационность модели, ее вовлеченность в процессы динамичного развития технологий, она может рассматриваться как весьма перспективная для многих туристических вузов.

6. Существующая, *традиционная модель*, в настоящее время весьма распространена, благодаря простоте содержания и механизму реализации. Модель предполагает простую линейную схему взаимодействия между университетом и предприятиями, включающей три блока:

- предприятие выделяет финансовые ресурсы для обучения студентов;
- университет обеспечивает теоретическое обучение согласно требованиям нормативных актов;
- предприятие обеспечивает практическую подготовку посредством прохождения на его базе студентом производственной практики.

Фрагменты такой модели уже реализуются в некоторых туристских вузах. Также представляется одной из наиболее приемлемых моделей туристского образования.

Очевидно, что модели, которые мы относим к современным, должны быть актуальны, адекватны уровню развития отрасли и содержать механизмы, интегрирующие тот или иной университет с ведущими предприятиями региона на всех уровнях образовательного процесса, и включающие университет в происходящую динамику социума.

Основные факторы трансформации моделей высшего образования в туризме

Туристское профессиональное образование, отвечая общественным потребностям подвергалось таким же процессам становления, формирования, развития и трансформаций, что и само общество. Сегодня туристское профессиональное образование рассматривается как самостоятельный социальный феномен со своей структурой, целями и функциями. Известно, что процессы создания индустрии туризма в России в определенной степени носили бессистемный характер, ее структура формировалась ситуативно. Адекватно процессам в отрасли, шел процесс создания системы подготовки кадров для нее. При этом следует отметить, что, создаваемая система не всегда могла в полной мере удовлетворять потребности отрасли в период перехода страны к рыночной экономике. Сегодня система включает предусмотренные законодательством РФ уровни образования. В обществе и в отрасли существует понимание необходимости повышения престижа туристского профессионального образования. Сложившаяся система подготовки кадров для туристской индустрии показывает недостаточную способность своевременно, адекватно и гибко реагировать на динамично меняющиеся запросы профессионального сообщества. Качество подготовки специалистов для туристской индустрии и их количество уже не удовлетворяют растущие требования туристской индустрии. Такое положение порождает справедливую критику вузов туристской индустрии со стороны бизнес-сообщества и снижает уровень общественного доверия к ней.

В профессиональном сообществе складывается устойчивое понимание тесной связи и зависимости результатов бизнес-процессов туристской индустрии от уровня качества подготовки и квалифицированности специалистов, вовлеченных в организацию и реализацию этих процессов. Очевидно, что в современных условиях своевременное создание эффективных моделей туристского образования будет играть решающую роль в успешности туристского бизнеса.

В этой связи представляется целесообразным в возможно короткие сроки органам управления туризмом совместно с профильным бизнес-сообществом определить согласованные исходные параметры для разработки эффективной стратегии подготовки кадров и формирования образовательных моделей. Проведенный Министерством образования и науки РФ в 2021 г. опрос ректо-

ров российских университетов по итогам работы в пандемийный период показал, что одной из серьезных проблем явилась слабая готовность преподавателей к изменениям и работе в цифровой среде. Эта проблема в полной мере присуща вузам туриндустрии. Неготовность части научно-педагогических работников применять эффективные образовательные инструменты, новые педагогические практики, электронное обучение существенно ограничивает возможность качественной трансформации моделей образования [7].

В процессе трансформации моделей туристского образования следует иметь в виду, что развитие компетенций преподавателей, как ключевого звена подготовки кадров новой формации, будет иметь решающее значение. Представляется целесообразным включать в программы развития вузов туриндустрии отдельным пунктом задачи повышения качества научно-педагогических работников. Следует отметить, что определенная часть преподавателей обладают как богатым академическим, исследовательским и научным опытом, так и опытом работы в отрасли. Интегрируя эти качества с современными образовательными технологиями и практиками, мы можем получить мощный ресурс для выполнения главной задачи — подготовки качественных кадров для туриндустрии.

Очевидно, что в настоящее время вследствие динамично меняющихся технологий и бизнес-процессов, временной отрезок актуальности полученных знаний, навыков и умений постоянно сокращается. Туриндустрия по этому показателю идет в числе лидеров. Методы, формы и технологии работы с потребителями туристских продуктов обновляются достаточно стремительно, в среднем каждые два-три года [8]. В условиях широкой доступности для студентов огромного массива информационных, исследовательских, образовательных и иных ресурсов в открытых интернет-источниках регулярная актуализация и обновление учебных материалов уже не достаточна. В перспективной образовательной модели должно быть сбалансировано использование стратегий активного, практикоориентированного обучения с получением теоретических знаний.

В аналитическом докладе Минобрнауки РФ «Высшее образование: уроки пандемии. Оперативные и стратегические меры по развитию системы» отмечается, что «стремительное устаревание образовательных моделей, ориентированных в большей степени на трансляцию знаний, а не на развитие компетентностей и мышления, критическая нехватка качественного контента, его архаичность — все это приводит к серьезному снижению качества образования»⁵.

Значительная часть туристских университетов не обладает необходимой и достаточной ресурсной базой, обеспечивающей кардинальное обновление или реструктуризацию, реализуемых ими образовательных моделей. Как следствие, в отечественном туристском высшем образовании преобладают

⁵ Аналитический доклад «Высшее образование: уроки пандемии. Оперативные и стратегические меры по развитию системы» // Министерство науки и высшего образования РФ. 2020.

слабо соответствующие современным вызовам и запросам профильной отрасли образовательные программы. Часть из них потеряли актуальность, устарели, а часть недоступны для студентов других профильных университетов. Сложившаяся ситуация неоднократно подвергалась критике профильным бизнес-сообществом.

Переориентация предложений под запросы потребителей, создание образовательного продукта под запрос конкретного человека должны стать характерным трендом не только для туристского бизнеса, но и для туристского образования. Современные модели туристского образования необходимо переориентировать на обеспечение подготовки специалистов не с процессным, а проектным мышлением. Итогом реализации таких моделей должно стать прочное овладение студентом коммуникативными компетенциями, навыками командной и проектной работы, широким спектром профессиональных предпринимательских умений и навыков.

Второе направление, которое представляется важным при разработке моделей туристского образования, — полноценная реализация модульного принципа подготовки специалистов. При этом важным является создание условий и возможностей для изучения образовательного контента модулей обучающихся других вузов, внешних обучающихся. В учебные курсы целесообразно включать непродолжительные образовательные модули. Такой подход позволит согласовать учебные планы вузов-партнеров в части реализации отдельных модулей, кроме того, облегчит задачу привлечения к образовательной деятельности научно-педагогических работников других университетов и представителей туристической индустрии для их реализации.

Весьма эффективным элементом создаваемых моделей туристского образования являются цифровые технологии. Однако исследователи отмечают, что в условиях динамичного развития образовательных цифровых технологий, высшее образование должно выбрать вектор перехода с традиционной на интегрированную модель обучения с использованием широкого спектра постоянно развивающихся электронных образовательных ресурсов. Университеты, как показывает практика, еще не могут на равных условиях конкурировать с цифровыми образовательными ресурсами, в первую очередь с такими как массовые открытые образовательные курсы (МООС).

Практика подготовки специалистов для туристической индустрии показывает, внедрение онлайн курсов в образовательную деятельность позволяет обучающимся реально выстраивать индивидуализацию обучения, через персональный выбор приоритетных для каждого курсов, сокращать время на достижение образовательных целей без временных и пространственных ограничений, с минимальными финансовыми вложениями.

Туристским университетам важно выработать и реализовать «дорожную карту» по эффективному внедрению рекомендованных в докладе Минобрнауки РФ подходов к онлайн обучению. В противном случае мы не можем говорить о высоком или хотя бы достаточном качестве разработанной модели

туристского образования. При этом важно на регулярной основе проводить анализ результатов обучения и по ним определять эффективности образовательных технологий, и как следствие, выявлять их валидность и целесообразность дальнейшего применения образовательной модели.

Только такие модели образовательных программ позволяют в полной мере реализовать задачу индивидуализации подготовки и обеспечить студенту возможность приобретать наборы компетенций присущи только ему через индивидуальную образовательную траекторию. Необходимо «сделать процессы обучения интереснее и более мотивирующими, если дать возможность нашему студенту пробовать и постепенно менять первоначальный выбор, доводя его до настоящего с перспективным будущим» [9. С. 2]. Специалисты именно с такими наборами компетенций будут в первую очередь востребованы отраслью.

Опираюсь на многолетние традиции отечественной высшей школы, ее богатую многогранную историю и накопленный опыт, проводя тщательный анализ каждой модели, учитывая их преимущества и слабые стороны, включая самые передовые и перспективные технологии туриндустрии в образовательную модель туристского университета мы сможем создать эффективную модель образования, обеспечивающую подготовку специалистов адекватную запросам отрасли и общества.

Список литературы

- [1] *Шашкова С.Н.* Трансформация функций высшего образования в современной России // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2022. № 1. С. 27—33.
- [2] *Шибанова Е.К.* Моделирование системы высшего образования: зарубежный опыт и российские тенденции // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 4. С. 3—7.
- [3] *Чистякова О.В.* Этнический туризм как познание другого // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия 2020. Т. 24. № 4. С. 720—729.
- [4] *Ефимов В.С., Лаптева А.В., Дадашева В.А.* и др. Типология университетов, модели и инструменты организационного развития. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018.
- [5] *Константинова Л.В., Шубенкова Е.В., Гагиев Н.Н.* и др. Тенденции развития высшего образования в мире и в России. Аналитический доклад. М. : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021.
- [6] *Чистяков Д.И.* Информационное общество и масс-медиа в коммуникативном пространстве современности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. 2013. № 2. С. 173—179.
- [7] *Попова О.И.* Трансформация высшего образования в условиях цифровой экономики // Вопросы управления. Управление в образовании. 2018. № 5 (54). С. 158—160.
- [8] *Пирогова О.В.* Перспективы развития туристского образования // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 6. С. 23—34.
- [9] *Кузнецова Е.А.* Отсроченное высшее образование: как изменятся российские университеты // Forbes Education Contributor. 2021. С. 12—15.

References

- [1] Shashkova SN. Transformatsiya funktsii vysshego obrazovaniya v sovremennoi Rossii [Transformation of higher education functions in modern Russia]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 2022;1:27—33. (In Russian).
- [2] Shibanova EK. Modelirovanie sistemy vysshego obrazovaniya: zarubezhnyi opyt i rossiiskie tendentsii [Modeling the system of higher education: foreign experience and Russian trends]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2015;4:3—7. (In Russian).
- [3] Chistyakova OV. Etnicheskii turizm kak poznanie drugogo [Ethnic tourism as cognition of another]. *RUDN Journal of Philosophy*. 2020;24(4):720—729. (In Russian).
- [4] Efimov VS., Lapteva A.V., Dadasheva V.A. et al. *Typology of universities, models, and tools of organizational development*. Krasnoyarsk: Sibirskii federal'nyi universitet; 2018. (In Russian).
- [5] Konstantinova LV., Shubenkova EV., Gagiev NN. et al. *Trends in the development of higher education in the world and in Russia. Analytical report*. Moscow: Rossiiskii ekonomicheskii universitet imeni G.V. Plekhanova; 2021. (In Russian).
- [6] Chistyakov DI. Informatsionnoe obshchestvo i mass-media v kommunikativnom prostranstve sovremenности [Information society and mass-media in communicative space of modernity]. *RUDN Journal of Philosophy*. 2013;(2):173—179. (In Russian).
- [7] Popova OI. Transformatsiya vysshego obrazovaniya v usloviyakh tsifrovoi ekonomiki [Transformation of Higher Education in the Digital Economy]. *Voprosy upravleniya. Upravlenie v obrazovanii*. 2018;5(54):158—160. (In Russian).
- [8] Pirogova OV. Perspektivy razvitiya turistskogo obrazovaniya [Prospects for the development of tourism education]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2020;6:23—34. (In Russian).
- [9] Kuznetsova EA. Otsrochennoe vysshee obrazovanie: kak izmenyatsya rossiiskie universitety [Deferred Higher Education: How Russian Universities Will Change]. *Forbes Education Contributor*. 2021:12—15. (In Russian).

Сведения об авторе:

Гернеший Василий Васильевич — кандидат военных наук, доцент, директор института гостиничного бизнеса и туризма, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия (e-mail: v.gerneshij@yandex.ru). ORCID: 0000-0003-3288-814X

About the Author:

Gerneshiy Vasiliy V. — Candidate of Military Sciences, Associate Professor, Director of the Hotel Business and Tourism Institute, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia (e-mail: v.gerneshij@yandex.ru). ORCID: 0000-0003-3288-814X