

притягательности и престижа самой территории, а также привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов. Показано, что маркетинг сегодня рассматривается как единое целое трех аспектов: это особая философия бизнеса; это комплекс инструментов, с помощью которых фирма изучает ситуацию на рынке и воздействует на нее; это функция управления, в рамках которой осуществляются планирование, организация, контроль, стимулирование и руководство рыночной деятельностью предприятия. Также уделяется внимание субъектам территориального маркетинга и выбору целевых аудиторий. В данном разделе также приводится обзор маркетинговых стратегий.

В четвертом разделе затронуты вопросы брендинга туристических дестинаций. Рассмотрены вопросы, касающиеся имиджа дестинаций, бренда и брендинга, позиционированию и инструментам маркетинговых коммуникаций. В данном разделе раскрывается сущность брендинга дестинации, которая состоит в поиске и представлении привлекательных образов идентичности территории. Особое внимание уделяется пониманию того, что брендинг города – это по большей части не коммерческий, а социальный проект, который измеряет не коммерческие успехи отдельных предприятий, а влияние их успехов на развитие всего городского сообщества.

Теоретическую и методологическую основу учебной программы составляют труды отечественных и зарубежных авторов как в области теоретических аспектов менеджмента туристических дестинаций, так и в области практики организации и брендинга туристических дестинаций [1-7].

1. Вертинская, Т.С. Методология формирования региональных туристических кластеров в Беларуси / Т.С. Вертинская, В.А. Клицунова. – Минск: Библиотека сельского туризма, 2014. – 52 с.
2. Визгалов, Д.В. Брендинг города / Д.В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 165 с.
3. Визгалов, Д.В. Маркетинг города / Д.В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. – 144 с.
4. Кирьянова, Л.Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учеб.пособие / Л.Г. Кирьянова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 264 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К.Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – С.-Пб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
6. Кусков, А. С. Туристское ресурсоведение: учебник / А. С. Кусков, А. В. Иванов, И. А. Яшков, П. С. Ширинкин // под ред. А. В. Иванова. – М.: Университетская книга, 2011. – 360 с
7. Тарасенок, А.И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации: учеб.-метод. пособие / А.И.Тарасенок. – Минск: РИПО, 2014. –144с.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ФЕНОМЕН И РЕСУРС ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО (НЕПРЕРЫВНОГО) ОБРАЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА**

**Шукап Е.В.,**

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,  
Республика Беларусь

Образовательный туризм является объектом междисциплинарных научных исследований, которые проводятся с различных методологических позиций в различных странах мира. *Междисциплинарность* образовательного туризма заложена уже в самом его названии. Исследования, как правило, проводятся на пересечении двух областей знаний: образования и туризма.

Согласно Кодексу Республики Беларусь об образовании, образованием называется «обучение и воспитание в интересах личности, общества и государства, направленные на усвоение знаний, умений, навыков, формирование гармоничной, разносторонне развитой личности обучающегося» [1]. Уровень образования обуславливается требованиями производства, состоянием науки, техники и культуры, а также общественными отношениями.

Туризм, согласно Закона Республики Беларусь «О туризме» – «туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей по его организации» [2].

Указывая на междисциплинарный характер исследуемого явления, авторы обозначают его как «*феномен интеграции* образования и туризма через организацию образовательной деятельности для достижения целей и задач, определяемых учебными программами и направленными на становление и развитие личностно-значимых качеств, которые проявляются при формировании универсальной, общепрофессиональной и профильно-специализированной компетентностей» [3, 4, 5].

Соответственно, образовательный туризм может быть дефинирован как туристская деятельность человека, находящегося на экскурсии, первичной или вторичной целью которого является обучение. Образовательный туризм может быть организован формально или неформально в различных естественных и искусственных условиях.

С учетом важности управленческих аспектов образовательного туризма третьей базисной областью знаний, помимо образования и туризма, является менеджмент. В специальной литературе он рассматривается как «сложная система взаимосвязанных предметов, ценностей, дисциплин и методов, развиваемых для преодоления бесчисленных и различных сложностей и неопределенностей, которые присущи туристической деятельности» [6, 7].

Исходя из данной трактовки, менеджмент туризма призван создавать определенную систему управленческой деятельности, направленную на разработку и представление уникального турпродукта [8].

Применительно к специфике образовательного туризма, объектами эффективного менеджмента являются:

- стратегии развития образовательного туризма;
- образовательный процесс;
- качество туристского продукта;
- персонал туристических организаций;
- информационные технологии в сфере образовательного туризма;
- правовые вопросы образовательного туризма.

Особую роль для менеджмента приобретает *маркетинг* образовательного туризма, который должен учитывать дифференциацию образовательных туров, с учетом специфических запросов потребителей туристско-образовательных услуг.

Разработка *стратегий дифференциации и индивидуализации* образовательного туризма, которые относятся к стратегиям *достижения конкурентных преимуществ*, включающих лидерство в цене, фокусирование на отдельных группах потребителей, имеющих особые интересы и потребности, дифференциация туристических услуг, является неотъемлемой частью эффективного управления образовательным туризмом.

Исходя из характера управления образовательным туризмом как областью, тесно связанной с образованием, представляется правомерным рассматривать его как разновидность образовательного менеджмента [9, 10].

Для более глубокого понимания сущности образовательного туризма помимо базисных областей знаний важными представляются данные об исследуемом феномене, получаемые из других наук. К таковым можно отнести историю, географию, геологию, экологию, этнографию, психологию, социологию, статистику, культурологию и др.

В современном научном обиходе встречается сравнительно новое понятие – педагогика туризма. По определению А.И.Зорина [11], педагогика туризма – это наука о законах образования и воспитания личности средствами туризма. Предметом исследования педагогики туризма является воспитание как эффективное средство передачи человеку ранее накопленных ценностей: знаний, морали, трудового и жизненного опыта, а также целенаправленное изменение свойств личности в ходе занятий туризмом, расширение представлений о культурном и природном наследии. С другой стороны, предметом исследования выступает педагогическая система туристского образования как средство для передачи новым поколениям профессиональных знаний, умений, навыков в туристской деятельности. Среди дидактических задач, решаемых педагогикой туризма, называют:

1. Изучение, обобщение и внедрение лучших образцов отечественного и зарубежного опыта профессионального туристского образования.

2. Разработку новых методов, средств, форм, систем обучения, способных создать необходимую учебно-методическую базу для подготовки персонала, способного решать задачи роста уровня качества туристского продукта и обслуживания туристов.

3. Разработку современных институциональных принципов управления туристским образованием.

Специалисты исследуют образовательный туризм, опираясь на знания различных наук и методологию данных наук, учитывают культурно-исторические особенности стран, в которых проходят исследования. Представляется возможным выделить ряд подходов к определению сущности образовательного туризма, среди которых наиболее устоявшимися являются *экономический и педагогический подходы*. В качестве разновидностей педагогического подхода могут быть рассмотрены личностно-ориентированный подход, средовой и ценностно-мотивационный подходы.

С позиции *экономического подхода* образовательный туризм рассматривается как сектор экономики [12], сегмент рынка образовательных услуг [13], туристский продукт [14], обладающий определенной экономической эффективностью.

Ученые, исследующие образовательный туризм с позиции *педагогического подхода*, основной акцент делают на педагогическое целеполагание, включение образовательного туризма в систему непрерывного образования человека, педагогические возможности туризма как средства обучения и воспитания различных групп населения, на различные формы организации образовательного процесса в период образовательных путешествий [15].

В зарубежной литературе педагогический подход представлен в различных модификациях, наиболее распространенными из которых являются личностно-ориентированный, средовой, ценностно-мотивационный.

В контекст *личностно-ориентированного* подхода вписывается определение, данное Всемирной туристской организацией (ВТО) в 1985 году, в котором образовательный туризм представлен как «область специальных интересов» [16]. ВТО характеризует образовательный туризм как «специальный вид туризма, включающий людей, которые желают удовлетворить определенный интерес или посетить достопримечательности и места, связанные с определенной областью знаний».

В рамках *ценностно-мотивационного подхода* [17] утверждается, что образовательный туризм является одним из важнейших средств преподавания этики, даже способ приобретения некоторой «мудрости» молодыми людьми в рамках многочисленных обменов и стажировок. По мнению данных ученых, каждое путешествие вносит в систему ценностей студента новый бесценный (не обязательно академический) опыт, который может быть использован университетом при дальнейшем обучении.

Представителем средового подхода является российский ученый В.Я. Гельман. Автор классифицирует образовательный туризм по месту проведения, выделяя *внутренний, въездной и выездной* виды, и подчеркивает, что среда также является объектом управления, а «базой для образовательного туризма являются учреждения, располагающие помещениями для учебы и проживания, а также преподавателями. Обычно это школы-интернаты, университетские кампусы, загородные лагеря» [3].

Таким образом, образовательный туризм в качестве педагогического процесса – это особое направление туризма, включающее в себя различные специально организованные интерактивные виды обучения и просвещения людей различного возраста и социального положения, которые осуществляются, как правило, в форме туристических поездок, с целью решения образовательных, воспитательных и развивающих задач.

Определение образовательного туризма как педагогического процесса позволяет более подробно остановиться на возможностях его реализации.

Любой процесс может протекать как в формальной, так и в неформальной среде. Роль неформального и информального образования неуклонно растет в последние годы, что подтверждается и статистикой, и исследованиями современных ученых. Стоит отметить, что смешанное обучение, наряду с дистанционным и электронным образованием могут стать необходимой частью подготовки, реализации и контроля результатов образовательного тура.

Образовательный туризм, обладая значительным педагогическим потенциалом, способен стать важным ресурсом для осуществления принципов непрерывности образования.

Термин «непрерывное образование», сравнительно недавно появившийся в педагогической науке, в настоящее время получил широкое распространение и рассматривается не как отдельное направление в образовании, а как цель всего образовательного процесса. Стремительный техниче-

ский прогресс привел к быстрому устареванию и обновлению знаний, что обусловило потребность человека обучаться все больше и быстрее и получать не просто предметные знания, а полипрофессиональные знания и умения, позволяющие решать стратегические задачи.

Таким образом, непрерывное образование понимается как образовательная деятельность, предпринимаемая в течение всей жизни с целью улучшения знаний, навыков и компетенций в личной, гражданской, социальной или профессиональной сфере. Поэтому можно утверждать, что образовательный туризм является незаменимым ресурсом непрерывного образования.

Образовательный туризм позволяет обеспечить принцип доступности и преемственности непрерывного образования. Данный вид туризма может удовлетворить потребности различных социодемографических групп, учитывая возрастные, национальные, социальные, физиологические особенности личности. Образование на протяжении всей жизни подразумевает не только временные рамки образовательного процесса, но и его ширину, то есть охват областей знаний, включенных в образовательную деятельность. В данном случае образовательный туризм обладает высокой ресурсоемкостью и является проводником знаний в любых областях науки, включая не только истинно научные знания, но и знания психологии, социологии, и других дисциплин, которые напрямую связаны с адаптацией человека в обществе.

Образовательный туризм также позволяет выполнить одну из важнейших функций непрерывного образования, – обеспечить процесс самомотивации человека к обучению. Влияние образовательных путешествий на стремление человека к непрерывному саморазвитию и самообразованию обусловлено высоким положительным эмоциональным фоном туристской деятельности.

Взрослые люди являются специфическим контингентом обучающихся, который включается в процесс непрерывного образования. Особенностью образования взрослых является то, что взрослые, как правило, уже имеют сформировавшуюся жизненную позицию, предшествующий опыт образовательной деятельности, навыки и опыт практической деятельности, поэтому их запросы и требования к обучению носят конкретный, прагматический характер, связанный с решением реальных профессиональных ситуаций. В то же время, взрослая аудитория имеет более высокий уровень мотивации, нежели молодежная, и нацелена на получение осязаемых результатов. Образование взрослых требует особого внимания к организации обучения, к методам и технологиям работы, используемых преподавателями. Уровень профессионализма и качества проводимых занятий являются одними из наиболее важных критериев при выборе варианта обучения взрослыми.

Важным аспектом непрерывного образования является его профессионализация, потому что именно высококвалифицированные кадры могут обеспечить подлинную непрерывность образования. Речь идет не только о специалистах отдельных предметных областей, но и о людях с андрагогической подготовкой. Говоря об образовательном туризме в данном контексте, необходимо готовить кадры, способные эффективно организовывать туристско-образовательную деятельность с учетом гетерогенных особенностей аудитории и необходимостью поддержания непрерывности процесса образования.

Таким образом, образовательный туризм является:

- многоаспектным феноменом, который характеризуется неоднородностью, многоуровневостью, междисциплинарностью, межкультурностью и высокой ресурсоемкостью;
- педагогическим процессом, ресурсом и формой непрерывного образования, осуществляемого как формально, так и неформально.

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании : с изм. и доп. по состоянию на 12 марта 2012 г. – Минск: нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – 400 с.

2. О туризме: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3 Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 11.10.2016.

3. Гельман, В.Я. Состояние и перспективы развития образовательного туризма / В.Я. Гельман // Вестник НАТ. – 2009. – №1 (9). – С.48-52.

4. Данилова, Л.С. Оценка развития рынка образовательного туризма / Л.С. Данилова // Известия ИГЭА. – 2010. – №3 (71) – С.85-88.

5. Погодина, В.Л. Образовательный туризм и его роль в формировании профессиональной компетенции учителей географии : дис. ... д-ра пед. наук / Погодина В.Л. – СПб., 2009. – 500с.

6. Зорин, И.В. Теоретические основы формирования содержания профессионального туристского образования : автореф. дис. ... докт. пед. наук: 13.00.08 // Рос. международ. академия туризма. – Москва, 2001. – 34с.

7. Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. – Мн.: БГЭУ, 1999. – 644 с.
8. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.
9. Образовательный менеджмент: Учеб. пособие для магистратуры по направлению «Педагогика» / Е.В.Иванов, М.Н.Певзнер, П.А.Петряков, Г.А.Федотова, Р.М.Шерайзина, А.Г.Ширин; Сост. и общ. ред. Е.В.Иванова, М.Н.Певзнера. – В. Новгород: НовГУ, –2009. – 412 с.
10. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2005. – 448 с.
11. Зорин, А.И. Концепты туризма. Опыт структурно-семантического анализа / А.И. Зорин // Теория и практика физической культуры. – 2002. – №11. – С. 14-18.
12. Козлова, Н.А. Методологические подходы к формированию лояльности клиентов услуг международного образовательного туризма / Н.А. Козлова // Вестник Национальной академии туризма. –2008. –№ 2 (6). – С. 28-32.
13. Лунин, Э.А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ : дис. ... канд. экон. наук / Э.А. Лунин; СПб, 2009. – 156с.
14. Зыбин, О.С. Специфические особенности образовательного туризма / О.С. Зыбин, Н.А. Козлова // Социально-экономические проблемы развития современного общества: Сб. науч. тр. – СПб: СПбТЭИ, 2005. – С.81-88.
15. Новикова, С.С. Педагогические возможности туризма как средство воспитания подрастающего поколения [Электронный ресурс] / Новикова, С.С. // Московский государственный социальный университет. – Режим доступа: <http://lib.sportedu.ru/press/fkvot/1997N2/p8-II.htm>
16. World Tourism Organization UNWTO statistics [Electronic resource]. – URL: <http://unwto.org/en>
17. Broomhall, S. Articulating lifelong learning in tourism: dialogue between humanities scholars and travel providers [Electronic resource] / S. Broomhall, T. Pitman, E.Majocha, J. McEwan // The University of Western Australia, 2010. URL: <http://www.altc.edu.au/taxonomy/term/1153/all%2525252525253Fpage%2525252525253D5>

## **ТУРИЗМ, ОБРАЗОВАНИЕ, ИННОВАЦИИ: ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ**

**Шукан Е.В.,**

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,  
Республика Беларусь

Мировая экономика на сегодняшний день претерпевает серьезные изменения, масштаб которых проблематично оценить до момента их непосредственного наступления, но его возможные глобальные последствия можно предвидеть уже сейчас.

В данной статье пойдет речь, в первую очередь, об стремительном развитии инноваций и о кардинально изменяющемся их облике и том, какие вызовы это бросает современной системе высшего образования.

Если еще пару лет назад об инновациях говорилось как о новых технологиях, несколько отличающихся от уже имеющихся. Например, в сфере предоставления туристических услуг совершенствовались системы подбора туров, они автоматизировались, в связи с этим отпала необходимость в каталогах, детальном изучении каждого отеля и т.д. Какие тенденции наблюдаются сегодня в этой сфере? Так, программное обеспечение, позволяющее собирать информацию, систематизировать и выдавать ее по запросу, а также обеспечивать непосредственный доступ к бронированию и оплате туров продвинулись настолько, что можно спрогнозировать, что еще через пару лет специалисты по продажам туров могут исчезнуть как профессиональная группа, сократиться до минимума или же полностью изменятся их функции. Аналогию можно провести с процессами в начале промышленной революции, когда машинный труд вытеснял людей с заводов в офисы, так сегодня искусственный интеллект и новейшие технологии вытесняют людей из офисов.

Инновационный путь сегодня – это не минимальное усовершенствование уже имеющихся технологий – это путь полного уничтожения старых методик и замена их новыми. И новыми – даже не сродни тому, как на смену обычным мобильным телефонам пришли смартфоны; сегодняшний виток инноваций сравним, например, с началом использования нефти, изобретением машины, телефона, атомной энергетики.