

Теоретическая статья

УДК 378.1

DOI: 10.24412/2076-9121-2025-1-77-174-187

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ БАКАЛАВРОВ ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ К РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСНИФИЦИРОВАННОГО ПОДХОДА

Дарья Викторовна Рыскина

Дальневосточный федеральный университет,
Владивосток, Россия

ryskina.dv@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9229-0698>

Аннотация. Настоящая статья является частью диссертационного исследования, посвященного необходимости персонифицированного подхода в туризме. Современная система образования в области туризма не готовит выпускников к реализации персонифицированного подхода в их профессиональной деятельности. Это важно в условиях BANI-мира, где туристы ищут от туризма не только культурные, но и психотерапевтические эффекты. Цель статьи — изучение педагогических аспектов формирования готовности бакалавров туризма к применению персонифицированного подхода, а также выявление ключевых компонентов этой подготовки для улучшения профессиональной деятельности. Методами исследования послужили экспертные интервью, теоретические методы, анализ научной литературы, анализ профессиональной деятельности менеджера туристской фирмы при помощи инструмента Service blueprint, анализ учебных планов.

На основании проведенного исследования были выявлены черты персонификации, дано определение персонифицированного подхода в туризме, проанализирована деятельность менеджера туристской фирмы и обоснована необходимость формирования готовности бакалавра туристского профиля к персонифицированному подходу, представлена структура готовности и ее индикаторы.

Ключевые слова: готовность, персонифицированный подход в туризме, персонификация, подготовка кадров для туризма

Theoretical article

UDC 378.1

DOI: 10.24412/2076-9121-2025-1-77-174-187

**PEDAGOGICAL ASPECTS
OF DEVELOPING TOURISM STUDENTS' READINESS
TO IMPLEMENT A PERSONIFIED APPROACH**

Daria V. Ryskina

Far Eastern Federal University,
Vladivostok, Russia

ryskina.dv@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9229-0698>

Abstract. This article is part of a dissertation study focused on the necessity of a personified approach in tourism. The current tourism education system does not adequately prepare graduates for this approach in their professional activities, which is essential in the BANI world, where tourists seek not only cultural but also therapeutic benefits. The goal is to explore pedagogical aspects of developing tourism students' readiness to apply personified approaches and identify key components of this preparation. Research methods included expert interviews, theoretical analysis, literature review, and curriculum evaluation. Key findings include characteristics of personification, the definition of the personalized approach in tourism, and the structure and indicators for student readiness.

Based on the study, the features of personification were identified, a definition of a personalized approach in tourism was given, the activities of a travel company manager were analyzed, the readiness of a bachelor of tourism profile for a personalized approach is substantiated, the structure of readiness and its indicators are presented.

Keywords: personification, personified approach in tourism, training for tourism professionals, readiness

Для цитирования: Рыскина, Д. В. (2025). Педагогические аспекты формирования готовности бакалавров туристского профиля к реализации персонифицированного подхода. *Вестник МГПУ. Серия «Педагогика и психология»*, 19(1), 174–187. <https://doi.org/10.24412/2076-9121-2025-1-174-187>

For citation: Ryskina, D. V. (2025). Pedagogical aspects of developing tourism students' readiness to implement a personified approach. *MCU Journal of Pedagogy and Psychology*, 19(1), 174–187. <https://doi.org/10.24412/2076-9121-2025-1-174-187>

Введение

Современный мир ученые описывают как BANI-мир, что расшифровывается в переводе с английского языка как хрупкий, тревожный, нелинейный и непостижимый. Человеку приходится адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды. Становление адаптации

происходит через баланс рабочего времени и времени отдыха. Максимальный эффект для восстановления сил возможно получить от сферы туризма. Рекреация и туризм приобретают особую значимость, предлагая человеку не только культурные и познавательные турпродукты, но и несущие в себе психотерапевтические смыслы. В условиях неопределенности потребители ищут туристические предложения, которые обеспечат гибкость, безопасность и комфорт, помогая справиться с вызовами новой реальности. Туристы ожидают от поездок эмоциональной перезагрузки, восстановления сил и стабильности, позволяющей переключиться от тревог к планируемому туру. Авторы в научной литературе обозначили ряд психотерапевтических эффектов путешествия: рефлексия, самопознание, обретение внутренних опор, перезагрузка, достижение эмоционального баланса и гармонии (Кузнецова, Аршинова, Владимиров и др., 2022). Для того чтобы индустрия туризма отвечала на данные запросы, необходимо реализовывать персонифицированный подход. Однако существующая система высшего образования не отвечает данному вызову, выпускники направления «Туризм» не готовы реализовывать персонифицированный подход, что обусловило актуальность исследования. В научных исследованиях подготовка бакалавров в сфере туризма рассматривалась с различных сторон. Авторы изучали проектирование содержания туристского образования, подчеркивая важность учета национального проекта «Индустрия туризма и гостеприимства» (Лагусева, 2021; Тхагапсова, 2021). Особое внимание было уделено развитию компетенций, таких как коммуникативные, правовые и социальные, а также работе с клиентами и организацией продаж. Акцент делался на практикоориентированности обучения и организации стажировок (Шостак, 2021). Также исследовались вопросы самоопределения и мотивации студентов туризма (Лагусев, 2022). Целостная научно-обоснованная система формирования готовности бакалавров к персонифицированному подходу в сфере туризма не была отображена в научных исследованиях. Так, цель статьи — изучение педагогических аспектов формирования готовности бакалавров туристского профиля к реализации персонифицированного подхода в профессиональной деятельности, а также выявление ключевых компонентов. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: во-первых, проанализировать персонифицированный подход в различных областях знаний, выделить ключевые особенности персонификации, а также определить особенности персонификации и персонифицированного подхода в туризме; во-вторых, провести анализ учебных планов с целью оценки степени подготовки бакалавров к реализации персонифицированного подхода в их профессиональной деятельности; в-третьих, определить структуру готовности к персонифицированному подходу для осуществления эмпирической части исследования.

Методы исследования

Для выявления предпосылок педагогических аспектов формирования готовности бакалавров туристского профиля к персонифицированному подходу были использованы: теоретические методы исследования; анализ научной литературы, посвященный темам персонификации, персонифицированного подхода, и исследованию феномена готовности; анализ профессиональной деятельности менеджера туристской фирмы при помощи инструмента Service blueprint, который был составлен на основании экспертных интервью; анализ учебных планов, которые вошли в рейтинг лучших вузов в области индустрии; гостеприимство рейтингового агентства Raex.

Персонифицированный подход в различных областях знаний

Чтобы обозначить сущность персонифицированного подхода в туристской сфере, разберем понятие «персонификация». В словаре системы психологических понятий под редакцией К. К. Платонова персонификация определена как «представление определенной идеи или нравственного явления в виде образа конкретного человека». (Платонов, 1984.)

В психолого-педагогических науках феномен персонификации определяли как «стремление быть самим собой» (Орлов, 2002), как «модель чувств и отношение к другому человеку» (Салливан, 2015), как «обеспечение самоактуализации и самореализации» (Зеер, и Сыманюк, 2022), как «учет личности и ее самобытность» (Батракова, и Глубокова, 2022).

Феномен персонификации был изучен в лингвистике и соотнесен с понятиями «метафора» и «олицетворение» (Воскресенская, 2016); в социологических науках он рассматривался как присвоение норм, культуры и ценности через лица семьи (Насибуллин, 2012); в культурологии выделяли механизмы персонификации — воображение, эмпатию, способность вчувствоваться в объект изучения (Юрикова, 2003); в банковском деле персонификацию связывают с частной формой собственности конкретного лица (Солодовников, 2006); в сфере гостеприимства персонификацию рассматривают как важнейший инструмент привлечения потребителей (Малыгина, Заремба, и Охременко, 2016).

Анализ различных подходов к феномену персонификации в науке позволил выделить ее следующие ключевые черты:

- 1) ориентация на индивидуальность человека и его уникальный внутренний мир;
- 2) процесс, разворачивающийся во времени и связанный с осмыслением себя;

- 3) путь к самопониманию и самопринятию;
- 4) самоактуализация, способствующая раскрытию внутренних движений души, особенно в путешествиях;
- 5) формирование уникального субъективного опыта;
- 6) в межличностных отношениях проявляется через эмпатию и позитивную безоценочность;
- 7) в философской антропологии используется как метод познания, активизирующий воображение и эмпатию.

В рамках данного исследования персонификация в туризме основана на том, что каждый турист — это уникальный человек, у него свои индивидуальные физические, возрастные, финансовые, психологические характеристики, предпочтения, ожидания и интересы.

В науке зафиксировано применение персонифицированного подхода в различных областях. Так, в медицине используют персонифицировано ориентированную стратегию — это подход к лечению, который включает клинический и социально-экономический статус пациента (Золотовская, и Дупляков, 2016). В управлении персоналом персонифицированный подход рассматривается как «деятельность, которая направлена на объект управления, основой которой является учет индивидуальных интересов, социально-экономических особенностей, намерений в отношении организации для получения желаемого состояния или результатов деятельности» (Николаев, 2021). Биотехнологические и пищевые науки рассматривают персонифицированный подход в контексте составления рационов питания, учитывающих индивидуальные особенности человека и его состояние здоровья (Смирнова, Саркисян, и Кочеткова, 2013).

В рамках данного исследования определим персонифицированный подход в туризме. Данный подход ориентирован на человека с учетом его самобытного внутреннего мира через созданные условия, направленные на формирование уникального субъективного туристского опыта, в которых у человека есть возможность размышлять о себе, исследовать себя, узнавать новые аспекты своей души, понимать и принимать себя. В профессиональной деятельности менеджера по туризму применение персонифицированного подхода способствует его самореализации через осознание значимости своей работы в жизни клиента. Понимание того, какую пользу клиент получил от путешествия, может стать основным мотивом для профессионального роста менеджера. Для реализации персонализации необходимо учитывать мотивы, цели, ценностно-смысловые ориентации клиента, а также трансспективные и трансцендентные аспекты в отношениях «менеджер – клиент». Это подразумевает, что менеджер должен понимать направления развития клиента за пределами тура и осознавать, какие более значимые цели клиент стремится достичь через путешествие.

Персонифицированный подход ориентирует деятельность менеджера в туристской фирме на особый способ выполнения профессиональных задач.

В таблице 1 представлена деятельность менеджера туристской фирмы с применением персонифицированного подхода. При анализе трудовых задач был использован метод Service blueprint, который позволяет описать и проанализировать все элементы сервисного процесса в туристской организации.

Таким образом, менеджер в сфере туризма обладает развитыми навыками эмоционального интеллекта и использует коучинговый стиль общения для выявления и удовлетворения потребностей клиента. Он осознает важность создания комфортных условий для отдыха, ориентируясь на потребности и страхи туристов. Способность эффективно управлять взаимоотношениями, предоставлять полную информацию о турпродукте и учитывать обратную связь клиентов позволяет ему достигать высокого уровня профессионализма. Постоянная рефлексия и готовность к коррекции своих действий способствуют реализации персонифицированного подхода в туристическом сервисе.

Для того чтобы оценить, насколько в настоящее время персонифицированный подход отображен в учебных планах, был проведен анализ учебных планов ведущих вузов России по направлению «Туризм». За основу были выбраны 20 ведущих вузов в предметном перечне «Индустрия гостеприимства», которые были отмечены рейтинговой группой Raex. Анализ показал, что в учебных планах реализуются отдельные дисциплины, направленные на клиентоориентированность, сервисное обслуживание, коммуникацию. В то же время целостной системы подготовки к персонифицированному подходу не было обнаружено.

Результаты исследования

Для того чтобы выпускник направления «Туризм» отвечал требованиям рынка и был реализован социальный запрос на персонифицированный подход, необходимо сформировать готовность к данному подходу. В психолого-педагогических исследованиях накоплен значительный опыт, позволяющий определить сущность понятия «готовность». Однако ученые рассматривают этот феномен с двух основных позиций: деятельностной и личностной.

Готовность с деятельностной точки зрения изучалась Д. Н. Узнадзе, К. К. Платоновым, С. Л. Рубинштейном и Б. Г. Ананьевым. Определение «готовность» было связано с понятием «установка» (предрасположенность к восприятию событий и действиям). В профессиональной деятельности готовность рассматривалась как необходимое условие перед началом работы, которое развивается и укрепляется в процессе освоения профессии, подчеркивая важность ее формирования на этапе профессиональной подготовки.

Готовность с личностной позиции рассматривалась в трудах М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович, В. А. Пономаренко, М. А. Котика, А. А. Деркача, Н. В. Кузьминой, Е. А. Климовой, Л. М. Попова, И. М. Пучоковой. Готовность определяли как состояние личности, устойчивые качества индивида, проявление личностью различных свойств.

Таблица 1 / Table 1

Деятельность менеджера туристской фирмы с применением персонализированного подхода
Activities of a travel company manager using a personalized approach

Мотив	Удовлетворение от работы с людьми, реализация в профессии через самосовершенствование, работа в динамичной среде. Материальная мотивация, интерес к сфере туризма						
Цель	Организация и предоставление туристских услуг, которые максимально соответствуют потребностям и ожиданиям клиентов, обеспечивая им положительный субъективный опыт путешествия. Предоставление клиентам качественного сервиса, развитие долгосрочных отношений с клиентами						
Операции	Менеджер получает запрос (отвечает на звонки/чат-бот отправляет сообщение / начинает коммуникацию при личном присутствии клиента)	Менеджер осуществляет подбор тура, задает уточняющие вопросы по звездности отеля, личности отеля, количеству членов в туре, количеству дней	Менеджер предоставляет информацию о туре, дает развернутые консультации о дестинации и туристском продукте, применяет ИКТ, выстраивает партнерский стиль общения	Менеджер оформляет взаимоотношения с клиентом, производит расчет, предоставляет памятку туриста и свои контакты	Менеджер осуществляет послепродажное обслуживание, напоминает о выезде в тур	В ходе тура менеджер уточняет состояние туриста, все ли его устраивает, собирает обратную связь	Менеджер оставляет обратную связь на отзыв или ведет обработку негативных отзывов для дальнейшей корректировки работы
Подход	Менеджер имеет развитый эмоциональный интеллект, умеет принимать эмоции клиента, распознать их, управлять	Менеджер использует коучинговый стиль общения, задает вопросы, которые направлены на выявление потребностей	Менеджер использует коучинговый стиль общения, задает вопросы, которые направлены на выявление потребностей	Менеджер знает нормативно-правовые акты, умеет работать с кадрово-контрольной техникой, системами	Менеджер использует партнерский стиль общения, при необходимости уточняет дополнительные вопросы	Менеджер выстраивает партнерские взаимоотношения для планирования будущих поездок с туристом	Менеджер максимально полно дает обратную связь на отзыв клиента, при выявлении негативных аспектов,

Элементы, обеспечивающие персонализацию	своей реакцией на эмоции клиента, сопоставляется с клиентом, умеет исключать ошибку атрибуции, знает теории мотивации и потребностей личности, знает структуру профессиональной деятельности. Имеет мотивацию — создать условия для максимальной реализации потребности клиента в рекреации	клиента, у менеджера есть мотивация по-мочь туристу реализовать его истинный запрос. Считает целью своей деятельности обеспечить лучший отдых в соответствии с потребностями клиента. Умеет использовать стандарты обслуживания клиента	клиента, у менеджера есть мотивация по-мочь туристу реализовать его истинный запрос, имеет достаточные знания о тур-продукте, полно-предоставляет информацию, обозначает «путь туриста» в туре. Управ-ляет (фасили-тирует) взаимо-отношением с клиентом, умеет «считать» сомнения клиента, обсуж-дает с клиентом его страхи, связанные с поездкой	электронной путевки и CRM, выстраивает партнерские взаимоотноше-ния с клиентом	и осуществляет консультацию по ним	Сопровождает туриста на пути его следования, каждый раз соотносит его обратную связь с тем запросом, ко-торый у него был изначально, насколько был реализован персонализиро-ванный подход. Умеет работать с возражения-ми, старается сделать большее для того, чтобы реальность в туре превзошла ожидания клиента	менеджер их учитывает, и в дальнейшем старается не допускать их. Рефлексирует о применении персонализиро-ванного подхода в своей деятельности, осознает, что есть необ-ходимость в коррекции своей деятель-ности с целью в полной мере удовлетворить клиента
---	---	---	---	--	------------------------------------	---	--

Таким образом, готовность бакалавра туристского профиля к персонифицированному подходу — это интегративное свойство личности, определяющее направленность на профессиональную туристскую деятельность, основанную на безоценочном принятии клиента, понимание его уникального внутреннего мира и создание туристского опыта, который способствует самопознанию, самоактуализации и личностному росту.

Для определения механизмов формирования у студентов готовности к реализации персонифицированного подхода необходимо описать ее структурные компоненты. Анализ компонентного состава готовности к профессиональной деятельности и содержания работы менеджера по туризму с учетом персонифицированного подхода позволяет выделить следующие структурные элементы: ценностно-мотивационный, когнитивный, деятельностный (операционный) и эмоциональный (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Критериальный аппарат компонентов готовности к персонифицированному подходу бакалаврами туристского профиля

Criteria for components of readiness for a personalized approach by tourism bachelors

Наименование критерия	Индикаторы
1. Когнитивный критерий	1.1. Знания о туристском продукте (его формировании, разработке, продвижении, реализации). 1.2. Знания о сущности персонифицированного подхода и его реализации при работе с клиентами. 1.3. Знания профессиональной коммуникации. 1.4. Знания о психологии личности, в том числе возрастной психологии и теории поколений
2. Деятельностный (операционный) критерий	2.1. Умение вести коммуникацию. 2.2. Умение осуществлять технику продаж и отрабатывать возражения с позиции заботы о клиенте. 2.3. Умение фасилитировать. 2.4. Умение применять коучинговые инструменты с целью выявить и реализовать запрос на туризм. 2.5. Рефлексия
3. Ценностно-мотивационный критерий	3.1. Понимание и осознание значимости персонифицированного подхода. 3.3. Наличие внутренней мотивации к реализации персонифицированного подхода. 3.4. Наличие мотивации к самореализации. 3.5. Вовлеченность в реализацию персонифицированного подхода
4. Эмоциональный критерий	Эмоциональный интеллект: 4.1. Умение понимать свои эмоции. 4.2. Умение управлять своими эмоциями. 4.3. Умение воспринимать и понимать эмоции другого

Когнитивный компонент готовности включает в себя знания о клиенте и его потребностях, деятельностный — навыки обслуживания и продажи. Ценностно-мотивационный компонент отражает ориентацию на сервис и философию гостеприимства. Эмоциональный компонент подразумевает развитие эмоционального интеллекта для настройки на клиента и управления эмоциями.

Представленные компоненты готовности к персонифицированному подходу являются основными для проведения эмпирической части исследования, которое в дальнейшем будет апробировано в пилотном режиме в Дальневосточном федеральном университете.

Выводы

Цель данного исследования заключалась в изучении педагогических аспектов формирования готовности бакалавров туристского профиля к реализации персонифицированного подхода в профессиональной деятельности, а также в выявлении ключевых компонентов. Для достижения данной цели были изучен и проанализирован персонифицированный подход в различных областях знаний, были выявлены ключевые черты персонификации в науке, представлено определение персонификации в туризме, проанализировано отличие персонифицированного подхода в профессиональной туристской деятельности. Для того чтобы понять, насколько сейчас реализован социальный заказ на персонифицированный подход к системе высшего образования в области туризма, был проведен анализ учебных планов, аннотаций отдельных дисциплин, который показал, что нет единой системы подготовки бакалавров к данному подходу. Для реализации данной системы необходимо сформировать готовность к персонифицированному подходу, которая включает в себя следующие структурные компоненты: ценностно-мотивационный, когнитивный, деятельностный (операционный) и эмоциональный. Когнитивный компонент готовности охватывает знания о клиенте, его потребностях и особенностях восприятия. Деятельностный компонент включает в себя навыки организации обслуживания, консультирования и продаж. Ценностно-мотивационный компонент фокусируется на ориентации на сервис, понимании философии гостеприимства и человекоцентричности. Эмоциональный компонент подразумевает развитие эмоционального интеллекта, способность к сонастройке с клиентом и управлению собственными эмоциями. Выделенные компоненты готовности к персонифицированному подходу служат основой для проведения эмпирической части исследования, которое в дальнейшем будет тестироваться в пилотном режиме в Дальневосточном федеральном университете.

Список источников

1. Кузнецова, Н. В., Аршинова, В. В., Владимиров, Н. М., и Арпентьева, М. Р. (2022). Человек путешествующий и цивилизационное наследие: трансформация идентичности в туризме. *Психопедагогика в правоохранительных органах*, 3(90). <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-puteshestvuyuschiy-i-tsivilizatsionnoe-nasledie-transformatsiya-identichnosti-v-turizme>
2. Лагусева, Н. Н. (2021). Инновации в туризме и образовании как условие реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В: *Туризм: наука и образование*. Материалы VI Международного форума, Московская область, Химки, Российская международная академия туризма: в 2 ч. (ч. 1, с. 112–119). Москва: Университетская книга. EDN ZEWCZS.
3. Тхагапсова, С. К. Г. (2021). Отдельные аспекты профессионального образования в сфере туризма. В: *Туризм: наука и образование*. Материалы VI Международного форума, Московская область, Химки, Российская международная академия туризма: в 2 ч. (ч. 2, с. 117–121). Москва: Университетская книга. EDN PQYRGT
4. Шостак, М. А. (2021). К вопросу об организации практико-ориентированной подготовки кадров для сферы гостеприимства. *Мир науки, культуры, образования*, 4(89), 71–73. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-organizatsii-praktiko-orientirovannoy-podgotovki-kadrov-dlya-sfery-gostepriimstva>
5. Лагусев, Ю. М. (2022). Творческая самореализация будущих бакалавров туризма в процессе изучения дисциплины «Отечественный и зарубежный опыт организации услуг и обслуживания в индустрии туризма и гостеприимства». *Гуманитарные науки*, 2(58). <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskaya-samorealizatsiya-buduschih-bakalavrov-turizma-v-protsesse-izucheniya-distsipliny-otechestvennyy-i-zarubezhnyy-opyt>
6. Платонов, К. К. (1984). *Краткий словарь системы психологических понятий*. Учебное пособие (с. 94–174). Москва: Высшая школа. <http://lib.mgppu.ru/opacunicode/app/webroot/index.php?url=/auteurs/view/4991/source:default>
7. Орлов, А. Б. (2002). *Психология личности и сущности человека: парадигмы, проекции, практики*. Москва: Академия. 272 с.
8. Салливан, Х. С. (2015). Данные психиатрии. Пионеры межличностного психоанализа. *Рутледж*, 1–26.
9. Зеер, Э. Ф., и Сыманюк, Э. Э. (2022). Персонификация личности как предиктор преодоления кризиса утраты профессиональной деятельности в возрасте поздней зрелости. *Сибирский психологический журнал*, 84, 18–26. <https://cyberleninka.ru/article/n/personifikatsiya-lichnosti-kak-prediktor-preodoleniya-krizisa-utraty-professionalnoy-deyatelnosti-v-vozraste-pozdney-zrelosti>
10. Батракова, И. С., и Глубокова, Е. Н. (2020). Персонифицированная траектория профессионального становления магистрантов как педагогическое понятие. *Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал*, 3, art. 2838. <http://emissia.org/offline/2020/2838.htm>
11. Воскресенская, С. Ю. (2016). Метафора и персонификация: к проблеме взаимоотношений. *Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология*, 4, 11–15.
12. Насибуллин, Р. Р. (2012). Феномен персонификации социокультурных норм в процессе социализации молодежи. *Социальная политика и социология*, 9(87), 159–165. EDN THXQQN.

13. Юрикова, Н. И. (2003). Мифологические, философские и психологические аспекты изучения приема персонификации. *Вестник ОГУ*, 7. <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskie-filosofskie-i-psihologicheskie-aspekty-izucheniya-priema-personifikatsii>
14. Солодовников, С. Ю. (2006). *Институциональные матрицы: сущность, персонификация и ее генезис: политико-экономические очерки*. Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси, Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси. Минск: Право и экономика. 530 с. ISBN 985-442-361-1. EDN VTZZPH.
15. Малыгина, В. Д., Заремба, П. А., и Охременко, С. И. (2016). Повышение эффективности деятельности предприятий гостинично-ресторанного бизнеса на основе персонифицированного подхода. *Содружество*, 3(1), 34–39.
16. Золотовская, И. А., и Дупляков, Д. В. (2016). Персонифицированный подход: в фокусе современной стратегии повышения приверженности к лечению. *Кардиология: Новости. Мнения. Обучение*, 3(10). <https://cyberleninka.ru/article/n/personifitsirovannyu-podhod-v-fokuse-sovremennoy-strategii-povysheniya-priverzhennosti-k-lecheniyu>
17. Николаев, Н. А. (2021). Исследование закономерности влияния персонифицированного подхода на результативность управления персоналом организации. *Известия СПбГЭУ*, 6(132). <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-zakonomernosti-vliyaniya-personifitsirovannogo-podhoda-na-rezultativnost-upravleniya-personalom-organizatsii>
18. Смирнова, Е. А., Саркисян, В. А., и Кочеткова, А. А. (2013). Проблемно-ориентированный персонифицированный подход к разработке новых продуктов. *Пищевая промышленность*, 9. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemno-orientirovannyu-personifitsirovannyu-podhod-k-razrabotke-novyh-produktov>
19. Узнадзе, Д. Н. (1998). *Психологические исследования*. Москва: Знание. 62 с.
20. Рубинштейн, С. Л. (1999). *Основы общей психологии*. Санкт-Петербург: Питер.
21. Ананьев, Б. Г. (2001). *Человек как предмет познания*. Серия «Мастера психологии». Санкт-Петербург: Питер. 288 с.
22. Дьяченко, М. И., Кандыбович, Л. А., и Пономаренко, В. А. (1985). *Готовность к деятельности в напряженных ситуациях. Психологический аспект*. Минск: Университетское. 206 с.
23. Деркач, А. А., и Кузьмина, Н. В. (1993). *Акмеология: пути достижения вершин профессионализма*.
24. Климов, Е. А. (1998). *Психология: критерии готовности обучающихся к профессиональному самоопределению* (под ред. С. Н. Чистяковой). Ленинград – Москва: Филология.

References

1. Kuznetsova, N. V., Arshinova, V. V., Vladimirov, N. M., & Arpentyeva, M. R. (2022). The traveling man and the civilizational heritage: the transformation of identity in tourism. *Psychopedagogy in law enforcement agencies*, 3(90). (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-puteshestvuyuschiy-i-tsivilizatsionnoe-nasledie-transformat-siya-identichnosti-v-turizme>
2. Laguseva, N. N. (2021). Innovations in tourism and education as a condition for the implementation of the national project “Tourism and the Hospitality industry”. In: *Tourism: science and education*. Proceedings of the VI International Forum, Moscow

region, Khimki, Russian International Academy of Tourism: at 2 parts (part 1, pp. 112–119). Moscow: University Book. EDN ZEWCZS. (In Russ.).

3. Thagapsova, S. K. G. (2021). Some aspects of vocational education in the field of tourism. Tourism: science and education: Proceedings of the VI International Forum, Moscow region, Khimki, Russian International Academy of Tourism: at 2 parts (part 2, pp. 117–121). Moscow: University Book. EDN PQYRGT. (In Russ.).

4. Shostak, M. A. (2021). On the issue of organizing practice-oriented training for the hospitality industry. *The world of science, culture, and education*, 4(89). (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-organizatsii-praktiko-orientirovannoy-podgotovki-kadrov-dlya-sfery-gostepriimstva>

5. Lagusev, Yu. M. (2022). Creative self-realization of future bachelors of tourism in the process of studying the discipline “Domestic and foreign experience in the organization of services and services in the tourism and hospitality industry. *Humanities*, 2(58). (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskaya-samorealizatsiya-buduschih-bakalavrov-turizma-v-protsesse-izucheniya-distipliny-otchestvennyy-i-zarubezhnyy-opyt>

6. Platonov, K. K. (1984). *A short dictionary of the system of psychological concepts*. A textbook (pp. 94–174). Moscow: Higher School. (In Russ.). <http://lib.mgppu.ru/opacunicode/app/webroot/index.php?url=/auteurs/view/4991/source:default>

7. Orlov, A. B. (2002). *Psychology of personality and human essence: paradigms, projections, practices*. Moscow: Academy. 272 p. (In Russ.).

8. Sullivan, H. S. (2015). Data of psychiatry. *Pioneers of interpersonal psychoanalysis. Routledge*, 1–26. (In Russ.).

9. Zeer, E. F., & Simanyuk, E. E. (2022). Personality personification as a predictor of overcoming the crisis of loss of professional activity at the age of late adulthood. *Siberian psychological journal*, 84, 18–26. (In Russ.).

10. Batrakova, I. S., & Glubokova, E. N. (2020). Personalized trajectory of professional development of undergraduates as a pedagogical concept. Letters to the Issue. *Offline (The Emissia.Offline Letters): an electronic scientific journal*, 3, art. 2838. (In Russ.). <http://emissia.org/offline/2020/2838.htm>

11. Voskresenskaya, S. Yu. (2016). Metaphor and personification: towards the problem of relationships. *Bulletin of Tver State University. Series: Philology*, 4, 11–15. (In Russ.).

12. Nasibullin, R. R. (2012). The phenomenon of personification of sociocultural norms in the process of socialization of youth. *Social policy and sociology*, 9(87), 159–165. EDN THXQQN. (In Russ.).

13. Yurikova, N. I. (2003). Mythological, philosophical and psychological aspects of studying the technique of personification. *Bulletin of the OSU*, 7. (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskie-filosofskie-i-psihologicheskie-aspekty-izucheniya-priema-personifikatsii>

14. Solodovnikov, S. Yu. (2006). *Institutional matrices: Essence, personification and its genesis: Political and Economic Essays*. The National Academy of Sciences of Belarus, the Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus, the Center for System Analysis and Strategic Studies of the National Academy of Sciences of Belarus. Minsk: Law and Economics. 530 p. ISBN 985-442-361-1. EDN VTZZPH. (In Russ.).

15. Malygina, V. D., Zarembo, P. A., & Okhremenko, S. I. (2016). Increase of efficiency of activity of the enterprises of hotel and restaurant business based on the personalized approach. *Commonwealth*, 3(1), 34–39. (In Russ.).

16. Zolotovskaya, I. A., & Duplyakov, D. V. (2016). Personalized approach: the focus of a modern strategy to increase adherence to treatment. *Cardiology: News. Opinions. Training*, 3(10). (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/personifitsirovannyi-podhod-v-fokuse-sovremennoy-strategii-povysheniya-priverzhennosti-k-lecheniyu>
17. Nikolaev, N. A. (2021). The study of the regularity of the influence of a personalized approach on the effectiveness of the organization's personnel management. *Izvestia of St. Petersburg State University*, 6(132). (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-zakonomernosti-vliyaniya-personifitsirovannogo-podhoda-na-rezultativnost-upravleniya-personalom-organizatsii>
18. Smirnova, E. A., Sarkisyan, V. A., & Kochetkova, A. A. (2013). A problem-oriented personalized approach to the development of new products. *Food industry*, 9. (In Russ.). <https://cyberleninka.ru/article/n/problemno-orientirovannyi-personifitsirovannyi-podhod-k-razrabotke-novyh-produktov>
19. Uznadze, D. N. (1998). *Psychological research*. Moscow: Znanie. 62 p. (In Russ.).
20. Rubinstein, S. L. (1999). *Fundamentals of general psychology*. Saint-Petersburg: Peter. (In Russ.).
21. Ananyev, B. G. (2001). *Man as an object of knowledge*. The series "Masters of Psychology". Saint-Petersburg: Peter. 288 p. (In Russ.).
22. Dyachenko, M. I., Kandybovich, L. A., & Ponomarenko, V. A. (1985). *Readiness to work in stressful situations. The psychological aspect*. Minsk: Universitetskoe. 206 p. (In Russ.).
23. Derkach, A. A., & Kuzmina, N. V. (1993). *Acmeology: ways to reach the heights of professionalism*. (In Russ.).
24. Klimov, E. A. (1998). *Psychology: criteria of students' readiness for professional self-determination* (ed. by S. N. Chistyakova). Leningrad – Moscow: Philology. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию: 15.08.2024;
одобрена после рецензирования: 12.10.2024;
принята к публикации: 15.01.2025.

The article was submitted: 15.08.2024;
approved after reviewing: 12.10.2024;
accepted for publication: 15.01.2025.

Информация об авторе / Information about the author:

Рыскина Дарья Викторовна — старший преподаватель департамента туризма и гостеприимства, Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия.

Ryskina Daria Viktorovna — Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.

ryskina.dv@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9229-0698>

Автор самостоятельно провел исследование и подготовил публикацию.

The author independently conducted the research and prepared the publication.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares that there is no conflict of interest.