



АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ



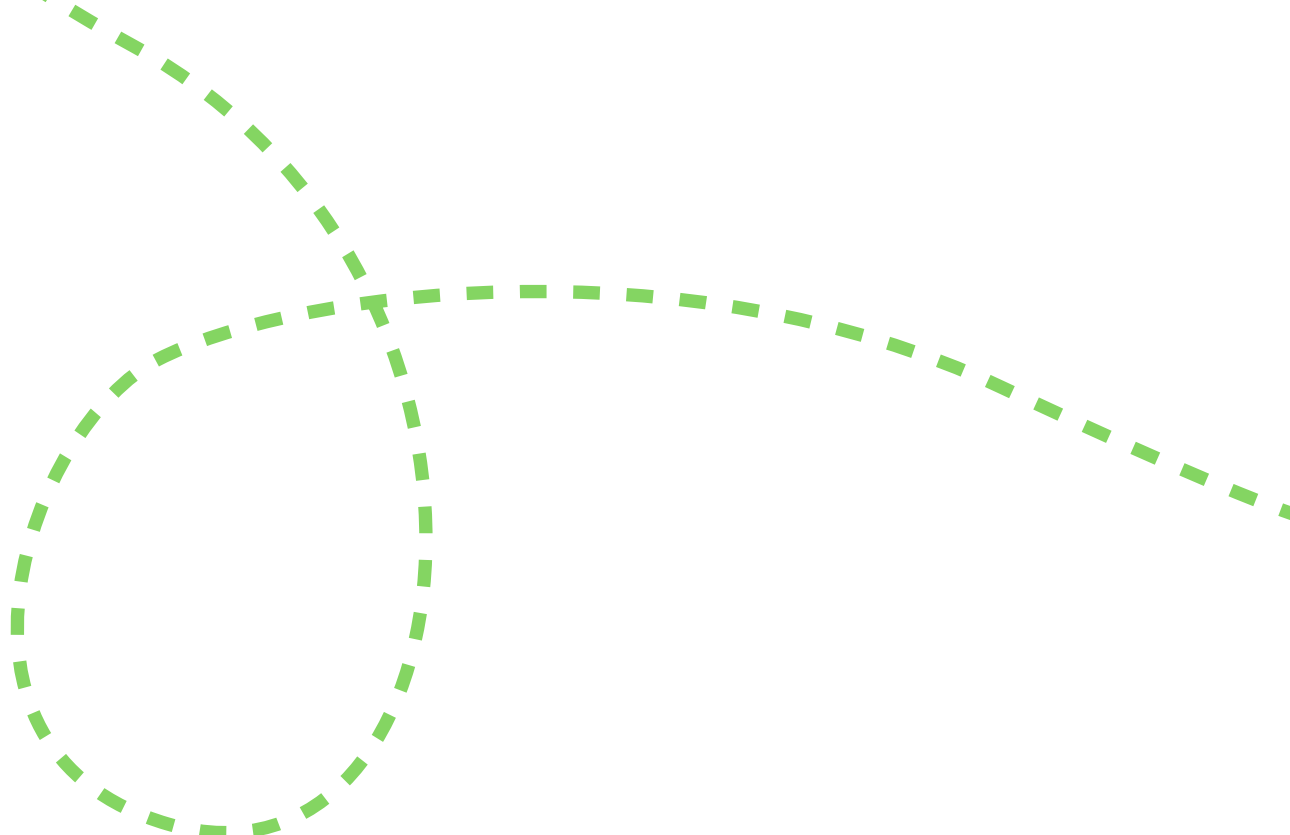
Целевая модель развития детского и молодежного образовательного туризма в субъектах Российской Федерации до 2030 года

Москва, 2025

Содержание

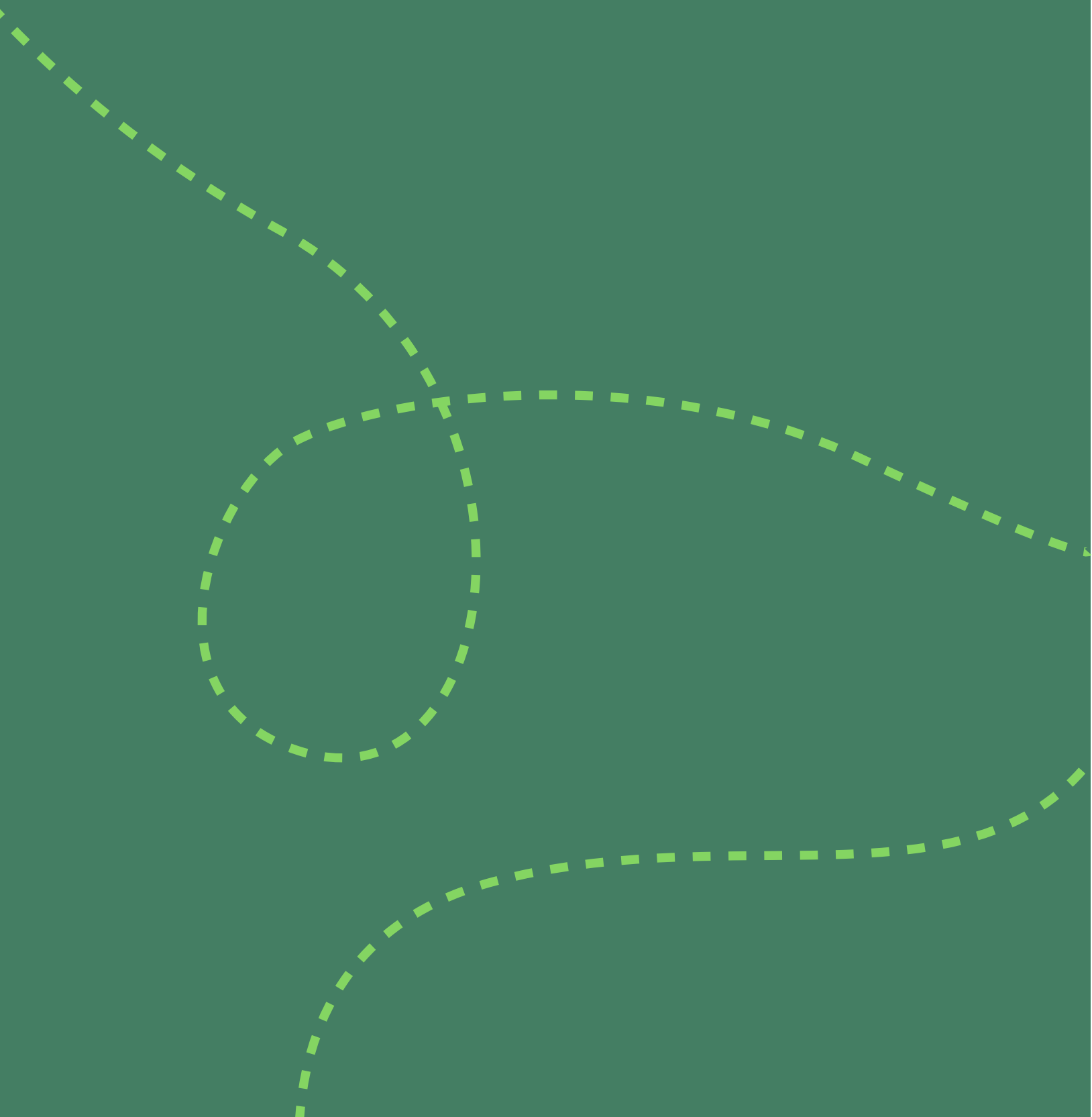
1. Глобальные тренды и теоретический базис	4
1.1. Концепция конвергенции образования и туризма	5
1.2. Влияние на образовательные результаты: доказательная база	5
1.3. Экономическая динамика и прогнозные модели	6
1.4. Международные модели государственной поддержки	7

2. Стратегические фокусы развития отрасли в Российской Федерации	8
2.1. Импортозамещение образовательных услуг и технологический суверенитет	9
2.2. Социокультурные эффекты и национальная безопасность	10
2.3. Социальная справедливость и инклюзивность	10
2.4. Ключевые продукты рынка детского и молодёжного образовательного туризма	10
3. Проблемное поле и текущее состояние	16
3.1. Институциональные барьеры	17
3.2. Текущее состояние сферы детского и молодёжного туризма в России	17



4. Целевая модель развития детского и молодежного образовательного туризма в субъектах Российской Федерации	18	5. Лучшие практики в развитии детского и молодёжного туризма в Российской Федерации	28
4.1. Введение и основные принципы	19	5.1. Практики, реализуемые образовательными организациями	30
4.2. Вклад в достижение национальных целей	19	5.2. Практики, реализуемые коммерческими организациями	33
4.3. Внедрение целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма в субъектах Российской Федерации	20	5.3. Практики, реализуемые регионами	33
4.4. Ключевые компоненты целевой модели	21	5.4. Выводы	35
4.5. Механизмы управления и реализации	23	Введение	51
4.6. Описание методики расчета показателей развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе	23		
4.7. Ожидаемые результаты внедрения целевой модели	26		

1. Глобальные тренды и теоретический базис



1.1. Концепция конвергенции образования и туризма

В современной экономической и педагогической науке образовательный туризм (Educational Travel) интерпретируется не как сегмент рекреационной индустрии, а как педагогическая технология формирования человеческого капитала. Согласно концепции Б. Ричи (2003), конвергенция образования и туризма является ключевым фактором повышения качества человеческих ресурсов в условиях экономики знаний [1].

Данный подход опирается на теорию контекстного обучения (Contextual Teaching and Learning), постулирующую, что эффективность усвоения материала напрямую зависит от среды, в которой происходит образовательный процесс. Эмпирические данные (Dou, Bai et al., 2025) демонстрируют, что обучение «на месте» (on-site learning) активизирует когнитивные и аффективные каналы восприятия, обеспечивая уровень усвоения знаний на 75–90 % выше по сравнению с традиционной аудиторной формой [2].

1.2. Влияние на образовательные результаты: доказательная база

Современные исследования предоставляют неопровержимые свидетельства образовательной эффективности туризма:

- ▶ развиваются когнитивные навыки: ученики, регулярно участвующие в образовательных поездках, на 15–20 % более академически успешны (SYTA, 2024), а обучение в новой среде способствует повышению успеваемости у 57 % детей (Learning in Natural Environments);
- ▶ активизируются познавательные процессы через наглядность и предметность;
- ▶ более эффективно формируется массив знаний об окружающем мире, благодаря связи теории с практикой;
- ▶ развиваются метапредметные компетенции в условиях, выходящих за рамки традиционной аудитории;
- ▶ формируется эмоциональное вовлечение: исследование, опубликованное в Acta Psychologica (Minjun Tong a, Tianyue Gao b, 2025), подтверждает, что знания, полученные в контексте реального объекта («эмоциональное якорение»), усваиваются на 75–90 % лучше, чем на уроке;
- ▶ развиваются социальные навыки: 86 % участников образовательных поездок отмечают значительный рост критического мышления и коммуникативных компетенций, а также улучшение психологического состояния.



1.3. Экономическая динамика и прогнозные модели

Анализ глобального рынка образовательного туризма свидетельствует о его переходе в фазу экспоненциального роста. По данным Grand View Research (2025), объем рынка к 2030 году достигнет \$974,7 млрд. при среднегодовом темпе роста (CAGR) на уровне 13–17 % [3]. Для сравнения, классический туризм демонстрирует темпы роста 4–5 %, что подтверждает исключительную привлекательность образовательного сегмента для инвестиций.

Ключевым драйвером рынка выступает возрастная когорта 10–18 лет, на которой сосредоточено до 40 % рынка и которая показывает ежегодный рост 19 % (SYTA, 2024). Данный феномен отражает сдвиг потребительского поведения в сторону «экономики впечатлений» (Experience Economy) и инвестиций в «мягкие навыки» (soft skills) детей.

Это вместе создает огромный потенциал для России по увеличению не только внутреннего турпотока, но и для привлечения иностранных студентов и учащихся, что напрямую способствует достижению национальной цели по увеличению доли туристской отрасли в ВВП до 5 % к 2030 году.



1.4. Международные модели государственной поддержки

Страны-лидеры демонстрируют три основные модели интеграции образовательного туризма в государственную политику:

Модель Сингапура (централизованная). Программа «Learning Journeys» является обязательной для всех школьников (не менее 2 поездок в год) и полностью финансируется из бюджета Министерства образования. Этот подход обеспечил 100 % охват и значительный прирост баллов в международных тестировании (PISA +40 пунктов за 10 лет).

Модель Великобритании (партнерская). Программа «Outdoor Education» реализуется через аккредитованных операторов, имеющих знак качества (LOtC Quality Badge). Финансирование смешанное: школа (30 %), родители (40 %), субсидии для малоимущих (30 %). Охват достигает 78 % школьников.

Модель Китая (идеологическая). Программа «Red Tourism» (патриотический туризм) охватывает до 200 млн. школьников ежегодно и является частью системы формирования национальной идентичности. Государство субсидирует транспорт и размещение для целевых групп.

2. Стратегические фокусы
развития отрасли
в Российской Федерации



2.1. Импортозамещение образовательных услуг и технологический суверенитет

В условиях геополитических трансформаций происходит структурная перестройка российского рынка образовательных услуг. До 2022 года Россия была экспортером капитала в сфере образовательного туризма: языковые школы за рубежом, летние кампусы, стажировки. Объем этого рынка оценивался в \$1,5 млрд. ежегодно.

Пандемия COVID-19 способствовала смещению предпочтений в сторону внутреннего рынка и осознанию ценности доступного и безопасного образования внутри страны. Переориентация этого спроса на внутренний рынок создает окно возможностей объемом более 100 млрд. рублей.

Одновременно развитие образовательного туризма совместно с научно-популярным и промышленным (в соответствии с целями Десятилетия науки и технологий) рассматривается как инструмент ранней профориентации, способствующий:

- ▶ снижению дефицита кадров в высокотехнологичных отраслях (STEM-дефицит в инженерных специальностях достигает 30–40 %);
- ▶ достижению технологического суверенитета через повышение престижа инженерных профессий в глазах молодёжи;
- ▶ формированию устойчивого интереса к естественным наукам в школьном возрасте;
- ▶ популяризации регионов как конкурентоспособных туристских и образовательных дестинаций;
- ▶ формированию аутентичных образовательных продуктов, основанных на уникальном культурном, историческом и промышленном наследии субъектов страны;
- ▶ стимулированию межрегионального обмена и укреплению общероссийской гражданской идентичности.

2.2. Социокультурные эффекты и национальная безопасность

Исследования Acta Psychologica (2025) и данные программы «Больше, чем путешествие» подтверждают, что образовательная мобильность является критическим фактором формирования гражданской идентичности. Эффект проявляется в нескольких измерениях:

- ▶ патриотическое воспитание: после поездок по стране уровень патриотизма и гордости за Родину у молодёжи растёт на 45–60 %;
- ▶ территориальная связность: преодоление «локальной замкнутости» обучающихся способствует восприятию России как единой, многообразной и великой страны;
- ▶ демографическая устойчивость: снижение миграционных настроений молодёжи на 15–20 % благодаря знакомству с потенциалом родного региона (современные предприятия, научные центры, культурное наследие);
- ▶ внутренний туризм становится инструментом обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития человеческого капитала.

2.3. Социальная справедливость и инклюзивность

Развитие образовательного туризма со встроенными механизмами социальной поддержки (Ф3-189, социальные сертификаты) оказывает непосредственное влияние на качество жизни населения, так как позволяет преодолеть проблему социального неравенства в доступе к качественному образованию.

2.4. Ключевые продукты рынка детского и молодёжного образовательного туризма

Образовательный туризм — вид туризма, осуществляемый в образовательных, воспитательных и профнавигационных целях с прохождением образовательной программы или её части.

Продукты рынка образовательного туризма:

- ▶ образовательные интенсивы;
- ▶ образовательные путешествия;
- ▶ образовательные экскурсии;
- ▶ научные и учебные стажировки;
- ▶ программы студенческого обмена и академической мобильности.

Образовательные экскурсии могут быть как отдельными продуктами образовательного туризма, так и частью других туристских продуктов.

1. Образовательные интенсивы — формат обучения, нацеленный на интенсивное и концентрированное усвоение знаний и навыков в ограниченный период времени. Наиболее распространенными образовательными интенсивами, привлекающими туристов из регионов или зарубежных стран, являются:

- ▶ языковые школы;
- ▶ спортивные школы (гольф, футбол, шахматы, яхтинг);
- ▶ арт-школы или школы дизайна;
- ▶ компьютерные лагеря;
- ▶ тематические программы на базе организаций отдыха и оздоровления детей;
- ▶ краткосрочные выездные программы для молодёжи (молодёжные лагеря).

В данной категории продуктом образовательного туризма могут быть программы дополнительного образования или отдельные модули таких программ, предполагающие выезд за пределы места проживания участников на срок не более 6 месяцев.

Таблица 1. Основные характеристики образовательных интенсивов

Образовательная программа	Программа дополнительного образования (или модуль программы дополнительного образования)
Целевая аудитория	Дети и молодёжь в возрасте до 35 лет (индивидуальные туристы и организованные группы)
Размещение	• Организации отдыха и оздоровления детей; • Университетские кампусы и загородные учебные базы, общежития; • Гостиницы и иные средства размещения
Дополнительная информация	Программа проводится на базе организации — организатора или иной площадке. Может предусматривать экскурсионную программу

2. Образовательные путешествия — педагогический метод, позволяющий получить знания, путешествуя в рамках образовательной программы.

Таблица 2.Основные характеристики образовательных путешествий

Образовательная программа	• Общее образование • Дополнительное образование • Профессиональное образование (СПО, ВО)
Целевая аудитория	• Обучающиеся общеобразовательных организаций • Студенты вузов и СПО
Размещение	• Организации отдыха и оздоровления детей • Университетские кампусы и загородные учебные базы • Гостиницы и иные средства размещения • Туристские базы • Палаточные лагеря
Дополнительная информация	Рекомендуется разрабатывать образовательную программу путешествия с включением 5 компонентов: проектно-исследовательская деятельность, профориентация (профнавигация), образовательный компонент, воспитательный компонент, компонент, направленный на формирование гражданской идентичности





3. Образовательная экскурсия — проводимое в рамках реализации образовательных программ мероприятие с обучающимися, предусматривающее использование экскурсионных форм организации деятельности продолжительностью менее 24 часов без ночёвки в месте временного пребывания.

Образовательные экскурсии могут проводиться на любом объекте показа: учреждении культуры, национальном парке, промышленном объекте, НИИ, вузе, стадионе и т.п. Образовательные экскурсии должны не только знакомить экскурсантов с объектом показа, но и иметь чётко определённые образовательные цели и результаты, которые должны быть связаны с основными образовательными программами (в школе, СПО, вузе).

Образовательные экскурсии могут быть как самостоятельным продуктом образовательного туризма, так и компонентом других продуктов, в частности, образовательных путешествий.

Таблица 3. Основные характеристики образовательных экскурсий

Образовательная программа	• Общее образование • Дополнительное образование • Профессиональное образование (СПО, ВО)
Целевая аудитория	• Обучающиеся общеобразовательных организаций • Студенты вузов и СПО
Размещение	Нет
Дополнительная информация	Экскурсия должна быть направлена на освоение образовательной программы. Может входить в состав образовательных путешествий и других продуктов образовательного туризма



4. Научные и учебные стажировки

Стажировка — форма практико-ориентированного обучения, в рамках которой участник стажировки осваивает реальные производственные, исследовательские или технологические процессы в организации-партнёре (НИИ, лаборатории, предприятии, учреждении культуры/менеджмента и т.п.).

К образовательному туризму относятся только стажировки, организуемые за пределами места постоянного проживания участника стажировки (другой город, регион или страна). Данные стажировки не должны предполагать оформления стажёра в организации-партнере по трудовому договору или договорам возмездного оказания услуг, предполагающих получение стажером дохода.

Таблица 4. Основные характеристики научных и учебных стажировок

Образовательная программа	• Основные и дополнительные профессиональные образовательные программы • Программы профессионального обучения
Потребители	• Студенты СПО и вузов; обучающиеся по программам профессионального обучения • Работающая молодёжь в возрасте до 35 лет
Размещение	• Гостиницы и иные средства размещения • Университетские кампусы и загородные учебные базы • Общежития (студенческие или рабочие)
Дополнительная информация	• Стажировка может включать обучение на базе одной организации или нескольких. Может предусматривать перемещение по заранее установленному маршруту с изменением мест пребывания. Может включать экскурсионную программу • Не предусматривает получение дохода в процессе стажировки обучающимися

5. Программы студенческого обмена

Программы студенческого обмена в сфере туризма предполагают краткосрочное обучение, исследование или стажировку в другом учебном заведении (за пределами места проживания и не дольше полугода) или регионе, результаты которых признаются отправляющим университетом (по предварительным соглашениям). Распространенные форматы включают семестровые обмены, короткие выездные школы и учебные поездки продолжительностью от одной до четырёх недель.

Таблица 5. Основные характеристики студенческих обменов

Образовательная программа	Модули в рамках основных программ высшего образования (до 6 мес.)
Потребители	Студенты вузов
Размещение	• Гостиницы и иные средства размещения • Университетские кампусы и загородные учебные базы • Общежития
Дополнительная информация	Документ о прохождении обучения выдаёт принимающий вуз (академическая справка)



3. Проблемное поле и текущее состояние



3.1. Институциональные барьеры

Анализ текущей ситуации в Российской Федерации выявляет системные дисфункции, препятствующие масштабированию отрасли:

- 1. Дефицит данных и управления:** как отмечал Б. Ричи еще в 2003 году, образовательный туризм страдает от проблемы «data deficit» — отсутствие верифицированной статистики, что не позволяет осуществлять доказательное управление (evidence-based management). Школьные поездки «растворяются» в общей туристской статистике, что затрудняет планирование и оценку.
- 2. Фрагментарность управления:** отсутствие единого координационного центра приводит к межведомственным разрывам: «образование» отвечает за учебные планы, «туризм» — за инфраструктуру и операторов, «культура» — за музеи и достопримечательности. Результат: конфликт стандартов и неэффективное использование ресурсов.
- 3. Методологический вакуум:** преобладание рекреационного подхода над образовательным. Большинство поездок рассматриваются как развлечение, а не как встроенная часть учебного процесса.

3.2. Текущее состояние сферы детского и молодёжного туризма в России

Охват организованными образовательными поездками составляет лишь 7–12 % школьников (данные Минпросвещения России), при этом для сравнения в Великобритании — 78 %, а Сингапуре — 100 %.

При этом порядка 85 % поездок — разовые, стихийные, не встроенные в учебный план и систему оценки.

Финансирование данного направления тоже не носит системного характера — менее 15 % регионов имеют отдельную статью бюджета на школьный туризм; в 60 % случаев оплата ложится на родителей.

Среди главных проблем можно выделить: разрыв между образованием и туризмом (школы не знают о маршрутах операторов, операторы не понимают образовательных целей школ); отсутствие верификации качества — родитель не может отличить качественный образовательный продукт от обычной экскурсии; отсутствие качественной статистики и исследований в данной области.

4. Целевая модель
развития детского
и молодежного
образовательного
туризма в субъектах
Российской Федерации

Для преодоления выявленных барьеров предлагается переход к системной модели управления, основанной на методологии АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ).

4.1. Введение и основные принципы

Цель: создание в субъектах Российской Федерации комплексной, доступной и безопасной системы детского и молодёжного образовательного туризма, способствующей формированию гармонично развитой личности, патриотическому воспитанию, профессиональной ориентации и расширению кругозора подрастающего поколения.

Ключевые принципы:

1. **Системность:** взаимосвязь всех элементов модели (регламентация, кадры, инфраструктура, продвижение, контроль качества).
2. **Доступность:** обеспечение равных возможностей для участия всех категорий детей и молодёжи, включая социально уязвимые группы и лиц с ОВЗ.
3. **Безопасность:** приоритет безопасности жизни и здоровья потребителей туристских образовательных продуктов.
4. **Качество:** внедрение единых подходов к качеству образовательных программ и сервисов.
5. **Партнерство:** развитие государственно-частного партнерства и межведомственного взаимодействия.
6. **Цифровизация:** активное использование цифровых технологий для развития и продвижения детского и молодёжного образовательного туризма.

4.2. Вклад в достижение национальных целей

Целевая модель определяется с одной стороны приоритетами национального развития, с другой — влиянием глобальных трендов социально-экономического и инновационного развития стран.

Основой для создания целевой модели стали национальные цели развития страны и приоритеты, установленные в Указе Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», Указе Президента Российской Федерации от 18.06.2024 № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий», Указе Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», Указе Президента Российской Федерации от 28 февраля 2024 г.

№ 145 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2024 г. № 4146-р «Стратегия пространственного развития» и в других стратегических документах.

Таким образом, создание и внедрение целевой модели развития детского и молодёжного образовательного туризма является не просто актуальным, а безотлагательным шагом для системного решения образовательных, воспитательных и экономических задач, стоящих перед регионами и страной в целом. Это инвестиция в человеческий капитал и устойчивое будущее России.

4.3. Внедрение целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма в субъектах Российской Федерации

В ответ на запросы национального развития и глобальные тренды Агентство стратегических инициатив рассматривает свою целевую модель как способ создания комплексного инструмента стратегического планирования и управленческого сопровождения, обеспечивающего регионам методическую основу и практические механизмы для развития детского и молодёжного образовательного туризма.

Внедрение целевой модели в субъектах Российской Федерации обеспечит:

- ▶ внедрение эффективных управленческих практик в области детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ развитие кадрового потенциала регионов, благодаря повышению качества образования, через внедрение практико-ориентированного обучения средствами образовательного туризма;
- ▶ создание условий для разработки образовательных туристских продуктов, конкурентоспособных на российском и международном рынках;
- ▶ разработку механизмов для оценки и анализа уровня развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ объединение единой культурой и стандартами кадрового развития, исследований, образования, экспертно-аналитической и проектной работы для обеспечения значительного вклада образовательного туризма в социально-экономическое, научно-технологическое и инновационное развитие нашей страны и ее регионов;
- ▶ вклад в глобальную технологическую конкурентоспособность России;
- ▶ ориентацию на глубокую аналитическую подготовку кадров и формирование гибкой системы организации науки и образования, способной быстро адаптировать свою структуру под глобальные вызовы;

- ▶ использование ресурсов образовательного туризма для прироста результатов в рамках стратегических технологических проектов за счет работы на стыке наук, «бесшовной» трансляции результатов в образовательные программы, стартапы, экономические и социальные практики;
- ▶ создание инфраструктуры для привлечения на стажировки выдающихся ученых, аспирантов и молодых ученых, а также для проведения регулярных научных олимпиад и научных школ для талантов из разных стран.

4.4. Ключевые компоненты целевой модели

Компонент 1. Нормативно-правовое и стратегическое обеспечение.

Целевое состояние: в регионе создана комплексная нормативная база, определяющая цели, задачи, механизмы и участников системы детского и молодёжного образовательного туризма.

Конкретные меры:

- ▶ разработка и внедрение Стандарта развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе;
- ▶ принятие и финансирование целевой Региональной программы развития детского и молодёжного образовательного туризма на среднесрочную перспективу (5 лет), интегрированной с программами в сфере образования, туризма, культуры, молодежной и социальной политики;
- ▶ создание системы мониторинга на основе утвержденных показателей для ежегодной оценки эффективности реализации модели.

Компонент 2. Кадровое обеспечение.

Целевое состояние: в регионе сформирован корпус специалистов (педагогов, туроператоров, экскурсоводов, сотрудников объектов показа), обладающих необходимыми компетенциями в области детского и молодёжного образовательного туризма.

Конкретные меры:

- ▶ внедрение программ повышения квалификации (ППК) для всех категорий работников (туроператоры, педагоги, сотрудники организаций культуры, спорта, промышленности и др.);
- ▶ стимулирование профессиональных образовательных организаций и вузов к включению модулей по образовательному туризму в основные образовательные программы по направлениям «Сервис и туризм», «Педагогика», «Культура».

Компонент 3. Развитие инфраструктуры и сервисов.

Целевое состояние: в регионе создана безопасная, комфортная и доступная инфраструктура, ориентированная на потребности организованных групп детей и молодежи.

Конкретные меры:

- ▶ стимулирование объектов показа (музеи, предприятия, объекты культурного наследия, научные центры) к разработке и внедрению специализированных образовательных экскурсий;
- ▶ формирование реестра поставщиков услуг, готовых к приему детей: гостиниц, объектов питания, транспортных компаний;
- ▶ обеспечение безопасности и доступной среды: проведение регулярных проверок, паспортизация маршрутов, адаптация инфраструктуры для лиц с ОВЗ.

Компонент 4. Создание и продвижение образовательных продуктов.

Целевое состояние: в регионе представлено разнообразие конкурентоспособных, качественных образовательных программ и маршрутов, востребованных как внутри региона, так и за его пределами.

Конкретные меры:

- ▶ интеграция образовательных путешествий в учебные программы школ, СПО и вузов;
- ▶ разработка и реализация образовательных программ путешествий в рамках дополнительных общеразвивающих программ, размещенных на платформах региональных навигаторов дополнительного образования;
- ▶ разработка типовых образовательно-туристских маршрутов разных уровней сложности и тематической направленности (культурно-познавательные, научно-популярные, промышленные, профориентационные).
- ▶ активное продвижение региональных образовательных туристских продуктов на федеральном уровне: размещение маршрутов на порталах «1000 маршрутов», «Наука.рф», участие в федеральных выставках;
- ▶ запуск и поддержка специализированного информационного ресурса (агрегатора) по образовательному туризму региона.

Компонент 5. Обеспечение качества и обратной связи

Целевое состояние: действует система оценки качества и мониторинга удовлетворенности всех участников процесса, результаты которой используются для непрерывного улучшения модели.

Конкретные меры:

- ▶ внедрение системы добровольной сертификации образовательных программ путешествий;

- ▶ проведение регулярных социологических опросов среди детей, родителей, студентов, молодёжи и педагогов для оценки удовлетворенности;
- ▶ создание механизма обратной связи для оперативного реагирования на жалобы и предложения;
- ▶ создание механизма сбора статистики (сбора маркировки образовательных туров в отчетах туроператоров, создание учета образовательных программ путешествий).

4.5. Механизмы управления и реализации

Внедрение целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма предполагает:

- ▶ внедрение в регионе стандарта развития детского и молодёжного образовательного туризма, который включает 10 шагов и содержит группы мероприятий по следующим блокам: организационно-правовое обеспечение; методологическая поддержка; кадровое обеспечение; меры государственной поддержки и стимулирования участников рынка образовательного туризма в регионе; информационное обеспечение;
- ▶ разработку и утверждение региональной программы развития детского и молодёжного образовательного туризма, направленной на достижение показателей целевой модели, включающую план мероприятий со сроками, ответственными и ресурсным обеспечением;
- ▶ организация регулярного (ежегодного) мониторинга на основе разработанной системы показателей с публикацией открытых отчетов.

4.6. Описание методики расчета показателей развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе

Методика представляет собой структурированную систему оценки состояния и развития детского и молодёжного образовательного туризма в российских регионах с использованием данных из открытых источников. Её основная цель — обеспечить прозрачность, сопоставимость и возможность независимого мониторинга (Приложение 2).

Ключевые характеристики методики:

- 1. Основа на открытых данных:** методика преимущественно использует официальные источники: данные органов власти, государственную статистику (Росстат), федеральные и региональные реестры, официальные сайты, результаты опросов (включая рейтинг качества жизни АСИ).

2. **Системный подход:** оценка проводится по семи взаимосвязанным группам показателей, охватывающим все ключевые аспекты развития образовательного туризма.
3. **Количественные и качественные показатели:** сочетает объективные статистические данные (доли, проценты, наличие документов) с субъективными оценками удовлетворённости различных целевых групп (учащихся, родителей, населения).
4. **Унификация расчета:** большинство показателей выражено в процентах и рассчитывается по единой базовой формуле: $(\text{Часть} / \text{Целое}) \times 100 \%$.
5. **Механизм итоговой оценки:** результаты по каждой группе переводятся в баллы (1 балл за достижение целевого значения каждого показателя). На основе суммы баллов определяется общий уровень развития («низкий», «средний», «высокий») по каждой группе и, комплексно, по направлению в целом.

Структура и содержание групп показателей:

«Регламентация деятельности» (3 показателя): оценивает наличие нормативной базы: регионального стандарта, программы развития и системы мониторинга. Показатели бинарные (1/0).

«Кадры» (6 показателей): измеряет уровень подготовки специалистов, задействованных в сфере. Рассчитывается доля организаций различных типов (туроператоры, образовательные, культурные, спортивные, научные, промышленные), сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму.

«Инфраструктура и сервисы» (22 показателя): самая обширная группа. Оценивает:

Развитие и внедрение образовательных продуктов: наличие образовательных экскурсий на объектах культуры, спорта, науки, промышленности; доля аккредитованных экскурсоводов с тематическими маршрутами.

Готовность инфраструктуры: наличие средств размещения, предприятий общественного питания и транспорта, готовых к приёму организованных детских групп.

Состояние и качество среды: состояние дорог и пешеходной инфраструктуры, доступность объектов культурного наследия и образовательных учреждений, уровень безбарьерной среды, качество связи и ИКТ-сервисов (информационно-коммуникационных технологий).

Удовлетворённость населения: качеством дорог, медпомощи, безопасности, окружающей среды, общественных пространств и др.

«Потребители» (5 показателей): оценивает вовлеченность целевой аудитории. Измеряет долю образовательных программ с элементами туризма в региональном навигаторе дополнительного образования, а также долю учащихся школ, СПО, вузов и молодёжи до 35 лет, принявших участие в образовательных путешествиях.

«Продвижение» (9 показателей): анализирует информационную активность и представленность региона. Оценивает наличие информационных ресурсов, участие в выставках, публикационную активность в СМИ и соцсетях, присутствие в федеральных реестрах (научно-популярный туризм, маршруты), наличие маркетинговой стратегии.

«Качество» (7 показателей): оценивает удовлетворённость ключевых стейкхолдеров. Включает удовлетворённость получаемым образованием в целом, трудоустройством выпускников, а также удовлетворённость родителей, учащихся школ, СПО, вузов и молодёжи непосредственно участием в образовательном туризме.

«Дополнительные» (3 показателя): фокусируется на международном и внутреннем туристском аспекте: удовлетворённость иностранных студентов и доля туристов (иностранцев и внутренних), прибывающих в регион с образовательными целями.

«Рекомендуемый комплекс мероприятий, направленных на развитие детского и молодёжного образовательного туризма» (Приложение 3)

Внедрение и использование данной методики направлено на достижение следующих ключевых результатов:

1. Операционные (непосредственные) результаты:

Стандартизированная диагностика: получение объективной, сопоставимой и количественно измеримой оценки состояния детского и молодёжного образовательного туризма в любом регионе Российской Федерации.

Выявление сильных и слабых сторон: точечная идентификация проблемных зон (например, нехватка подготовленных кадров, плохое состояние инфраструктуры, низкая вовлеченность обучающихся) и точек роста.

Мониторинг динамики: возможность ежегодно отслеживать прогресс или регресс по всем ключевым направлениям.

2. Управленческие и стратегические результаты:

Обоснование управленческих решений: предоставление органам власти регионов и муниципалитетов структурированных данных для планирования, бюджетирования и реализации конкретных мер (например, разработка программы обучения кадров, ремонт дорог к объектам показа, создание новых маршрутов).

Повышение эффективности расходования средств: направление ресурсов в наиболее проблемные сферы, выявленные в ходе оценки.

Стимулирование конкуренции и обмена опытом: возможность сравнивать результаты разных регионов, выявлять лучшие практики («регионы-лидеры») и распространять их.

3. Системные и долгосрочные результаты:

Формирование целостной экосистемы: методика способствует комплексному развитию всех элементов системы образовательного туризма — от нормативной базы и кадров до инфраструктуры и продвижения.

Повышение качества и доступности услуг: фокус на показателях удовлетворенности и инфраструктурной готовности напрямую ведет к улучшению условий для развития детского и молодёжного образовательного туризма.

Создание прозрачной системы отчетности: открытость методики и источников данных формирует доверие со стороны общества, профессионального сообщества и федерального центра.

Таким образом методика представляет собой комплексный и детализированный инструмент диагностики. Она позволяет регионам не только оценить текущее состояние сферы детского и молодёжного образовательного туризма по множеству критериев, но и выявить «узкие места», отслеживать динамику, а также сравнивать свои результаты с установленными целевыми ориентирами. Акцент на открытых данных повышает достоверность и позволяет проводить независимый анализ.

4.7. Ожидаемые результаты внедрения целевой модели

Внедрение Целевой модели обеспечит:

Увеличение доли детей и молодёжи, вовлеченных в образовательный туризм, как в своем регионе, так и в рамках межрегионального обмена.

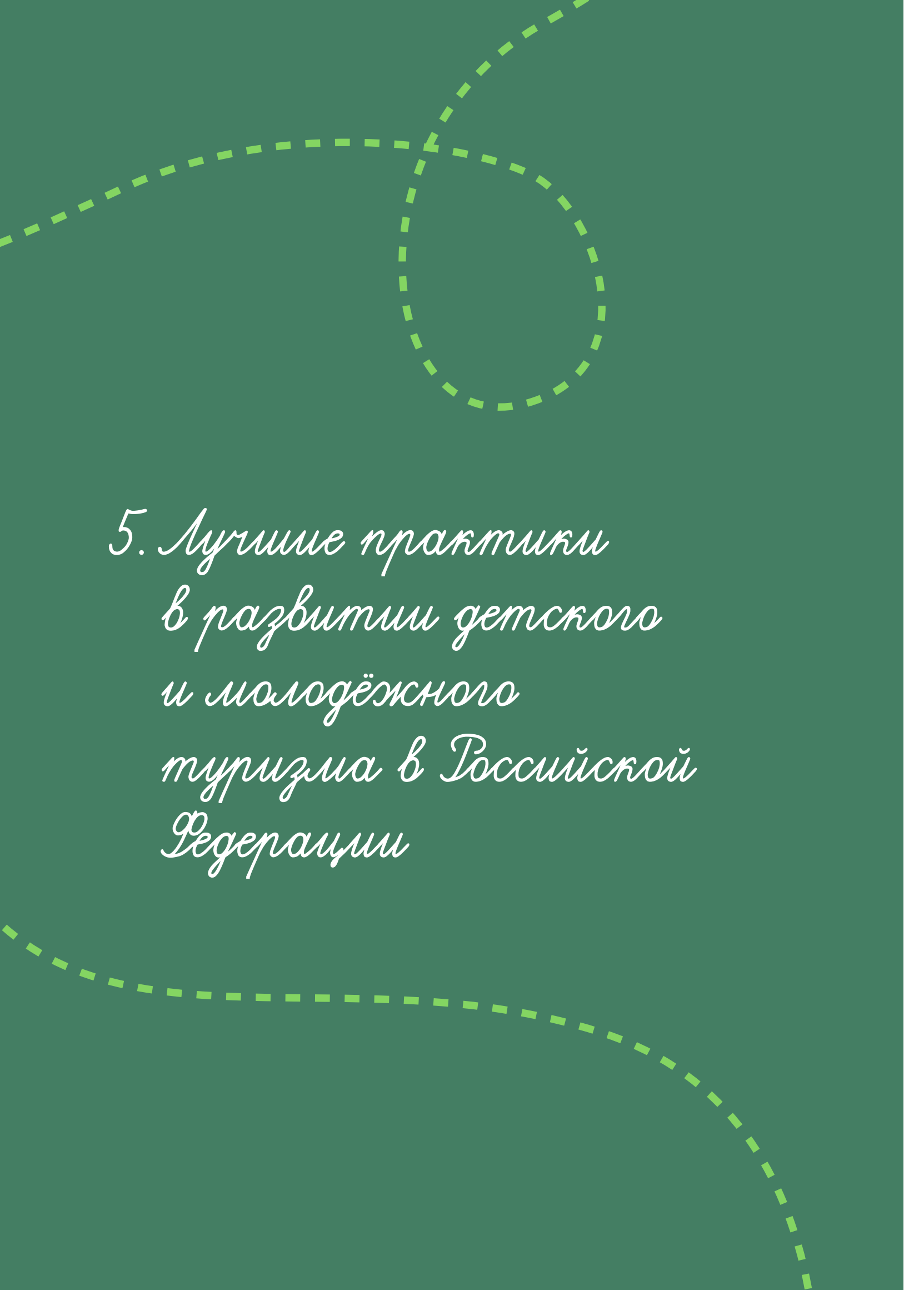
Повышение качества образования в регионе, улучшение позиции региона в рейтинге Индекса качества общего образования и в национальном рейтинге качества жизни в субъектах Российской Федерации.

Рост туристского потока в регион, создание новых рабочих мест и развитие смежных отраслей экономики (гостиницы, транспорт, общественное питание).

Укрепление гражданской идентичности и патриотическое воспитание молодёжи через познание родного края и страны;

Снижение миграционных настроений молодёжи — готовность остаться жить, учиться и работать в регионе.





5. Лучшие практики в развитии детского и молодёжного туризма в Российской Федерации

В рамках Целевой модели были изучены лучшие практики реализации образовательного туризма в России по трем категориям: образовательные организации, коммерческие компании и региональные инициативы.

Структура описания практик: название, инициатор, описание, масштаб, целевая аудитория, устойчивость и др.

Все практики были классифицированы по двум признакам:

1. По типу организационного управления:

- ▶ практики, реализуемые образовательными организациями;
- ▶ практики, реализуемые коммерческими компаниями (туроператорами, промышленными компаниями и т.п.);
- ▶ практики, реализуемые на уровне регионов.

2. По типу реализуемого продукта образовательного туризма:

- ▶ образовательные путешествия;
- ▶ образовательные экскурсии;
- ▶ образовательные интенсивы;
- ▶ студенческие и научные стажировки;
- ▶ студенческие обмены.

Таблица 6. Практики по типу организационного управления

№	Практика	Инициатор практики	Тип продукта образовательного рынка
1	Практики на уровне образовательных организаций		
1.1.	Сезонные школы МПГУ	МПГУ	Образовательные путешествия, образовательные интенсивы
1.2.	Образовательные путешествия	Хорошкола	Образовательные путешествия
1.3.	Программа поддержки талантливой молодежи	МБОУ «Ытык-Кюельская СОШ № 1 им.А.И.Софронова-Алампа «МР»Таттинский улус» (Якутия)	Образовательные интенсивы
1.4.	Образовательные интенсивы	Сберуниверситет	Образовательные интенсивы
1.5.	Программа стажировок работников и аспирантов российских вузов и научных организаций в НИУ ВШЭ	НИУ ВШЭ	Научные стажировки
1.6.	Студенческие стажировки РУДН	РУДН	Студенческие обмены
2.	Практики коммерческих организаций		
2.1.	Уроки дает Петербург	Лига туроператоров Санкт-Петербурга	Образовательные экскурсии
2.2.	Образовательные экскурсии по Нижегородской области	Туроператор «Открой Мир»	Образовательные экскурсии
2.3.	Этномир: образовательные туры для школьников	Туроператор «Этнотур»	Образовательные экскурсии

№	Практика	Инициатор практики	Тип продукта образовательного рынка
2.4.	Вагон знаний	АО «ФПК»	Образовательные экскурсии и путешествия
2.5.	Языковые лагеря	ООО «Спортзания»	Образовательные интенсивы
3 Практики регионов			
3.1.	Мой родной край — Ленинградская область	Ленинградская область	Образовательные путешествия
3.2.	Маршрут построен	Москва	Образовательные путешествия
3.3.	Уроки с путешествием	Нижегородская, Волгоградская области	Образовательные путешествия
3.4.	Учебный день в музее	Москва	Образовательные экскурсии
3.5.	Урал для школы	Свердловская область	Образовательные экскурсии и путешествия
3.6.	Город открытий	Москва	Образовательные экскурсии и путешествия

5.1. Практики, реализуемые образовательными организациями

1. Образовательные путешествия.

«Сезонные школы МГПУ» — проект по разработке и проведению образовательных путешествий для детей и молодёжи и образовательных интенсивов для специалистов. Оператором этого проекта на уровне университета является Центр развития открытого образования, инициаторами программ — структурные подразделения университета.

Образовательные путешествия в Хорошколе.

Хорошкола — частная организация общего образования, имеющая обширную программу образовательных путешествий для своих обучающихся. Направлениями путешествий являются регионы России и зарубежные страны. Школа самостоятельно разрабатывает путешествия и организует их в сотрудничестве с туроператорами, специализирующимися на данных направлениях. Школа заявляет, что путешествия связаны с учебной программой.

До 2020 года были распространены программы культурного обмена, когда школьники ездили в другие страны в школы-партнёры. В большинстве случаев такая практика была распространена у языковых школ. Однако с началом COVID-19 и введенных ограничений, а в последствии с усложнением процедур организации зарубежных поездок, такая практика в значительной степени со-кратилась.

Создание турклубов при образовательных организациях. Турклубы работают в рамках программ дополнительного образования и воспитательной деятельности и занимаются развитием активного туризма — походами, которые являются одной из форм образовательных путешествий. В большинстве случаев походы организуются школами самостоятельно без привлечения туроператоров. Турклубами разрабатываются технические карты маршрутов, а образовательная составляющая прописана в дополнительных общеразвивающих программах и отражается в программе воспитательной работы.

2. Образовательные интенсивы.

Реализация тематических смен в детских оздоровительных лагерях. Наиболее ярким примером в сфере дополнительного образования для детей являются всероссийские детские центры: «Артек», «Орленок», «Смена», «Океан», «Сириус». Деятельность этих организаций построена на программах дополнительного образования, которые разрабатывают либо методисты этих организаций, либо тематические партнёры (коммерческие и некоммерческие организации, реализующие специальные образовательные треки на их площадках). Каждая программа определяет образовательные результаты и предусматривает систему оценки их достижения, на регулярной основе проводится мониторинг и делаются выводы по итогам программ. Результаты итогового мониторинга учитываются при конкурсном отборе тематических партнёров следующего года. Финансирование пребывания детей в лагерях и проведение собственных образовательных программ осуществляется из федерального бюджета, а за проведение тематических программ отвечают партнёры.

Реализация образовательных интенсивов частными организациями дополнительного образования. К такому типу интенсивов относятся: языковые школы, школы лидерства, школы предпринимательства и т.п. Для обучающихся организуются выездные тематические лагеря в каникулярное время. Эти лагеря являются продолжением образовательных программ, а также дополнительным источником финансирования, поскольку проводятся исключительно за счет средств родителей.

Реализация образовательных интенсивов для взрослых. В области взрослого дополнительного образования образовательные интенсивы получили широкое распространение. Так, СберУниверситет проводит программы в гибридном формате: основная часть программы реализуется онлайн, однако на итоговые защиты участники приезжают в кампус университета в Московской области. Таким образом, это увеличивает турпоток в Московскую область и может рассматриваться как продукт образовательного туризма. По аналогичной схеме работают Школа управления Сколково, Московская высшая школа социальных и экономических наук (Шанинка) и многие другие. Финансирование этих программ осуществляется за счет собственных средств участников, а также за счет направляющих организаций (региональных администраций или коммерческих компаний).

Реализация образовательных интенсивов общеобразовательными организациями. В области школьного образования данный вид программ менее распространен, однако есть школы, которые используют такой формат работы. Например, московская школа № 2086 каждые каникулы вывозит своих обучающихся на свою загородную базу в Московской области, где организует для них стратегические сессии, деловые игры и другие мероприятия.

Школа Таттинского Улуса Республики Саха (Якутия), которая имеет долгосрочные партнёрские отношения с МПГУ, на регулярной основе вывозит в Москву своих учеников и педагогов в каникулярное время. Для каждой группы обучающихся разрабатывается отдельная образовательная программа, которая решает поставленные школой задачи (например, подготовка к ЕГЭ по отдельным предметам, профориентация и т.п.).

3. Научные и студенческие стажировки, студенческие обмены.

Научные и студенческие стажировки, а также студенческие обмены — общераспространенная практика на уровне организаций высшего образования. Выездные программы расширяют кругозор студентов и аспирантов, позволяют знакомиться с разработками других научных организаций, а также становятся дополнительным средством привлечения абитуриентов. Въездные программы — прежде всего, привлечение внимания к вузу молодёжи из других регионов и стран, и, как следствие, один из инструментов привлечения в вуз талантливой молодёжи. Научные стажировки для аспирантов и работников вузов и научно-исследовательских институтов также служат способом знакомства с современными научными разработками других организаций и часто служат дополнительным источником финансирования деятельности университета.

Научные стажировки на базе кампусов НИУ ВШЭ и студенческие РУДН являются наиболее яркими примерами такого вида продуктов образовательного туризма.

НИУ ВШЭ привлекает на стажировки аспирантов и профессионалов из российских вузов и НИИ для участия в научных разработках, а также позволяет посещать образовательные курсы и интенсивы, которые проводятся в вузе. Стажировка предусматривает оплату (выплачивается единовременно по завершению стажировки), что формально является препятствием для включения стажировки в состав продуктов образовательного туризма. Однако и полноценной оплатой труда такую выплату считать нельзя, она, в большей степени, играет роль стипендии для участников стажировки. Аналогичная стипендия есть в программе студенческих стажировок РУДН, которая выплачивается по результатам конкурсного отбора.

По итогам анализа можно сделать вывод, что ограничений для развития этих направлений образовательного туризма нет. Однако важно на уровне региона вести статистику таких программ, чтобы понимать туристский поток и его влияние на экономику региона.

5.2. Практики, реализуемые коммерческими организациями

Практики коммерческих организаций можно разделить на две больших группы. Первая — коммерческие продукты туристских операторов. Вторая — социальные и профориентационные программы производственного и других типов бизнеса.

Туроператоры предлагают три вида образовательных туров: образовательные экскурсии, путешествия и интенсивы.

Практика Лиги туроператоров Санкт-Петербурга, которые по собственной инициативе совместно с организациями профессионального образования разрабатывают всю методическую часть образовательных экскурсий и путешествий: проект образовательной программы и учебно-методический комплекс. При этом финансирование этих разработок идет за счет средств туроператоров, которые используют методическую составляющую туристских продуктов как дополнительное конкурентное преимущество своих программ. При этом проведение оценки образовательных результатов возлагается на образовательные организации.

В сфере образования развита сфера выездных образовательных лагерей. Такие лагеря организуются непосредственно учреждениями дополнительного образования как занятость их обучающихся в каникулярное время. Помимо этого, на рынке есть коммерческие организации, основным видом деятельности которых является организация и проведение выездных образовательных интенсивов. Такие организации входят в федеральные реестры туроператоров. Они также часто имеют образовательные лицензии, чтобы позиционировать себя на рынке как поставщика качественных услуг в сфере образования. Примером такой организации является, в частности, ООО «SportZania» — организатор выездных языковых школ в России и за рубежом.

Практика АО «ФПК» «Вагон знаний». Значимой частью данного проекта является проведение образовательной программы не только на объектах показа и в ходе обзорных экскурсий, но и непосредственно в самой поездке (поезде): игровые форматы и соревновательный элемент делают образовательную составляющую маршрута не только полезной, но и интересной.

5.3. Практики, реализуемые регионами

Практики регионов в области образовательного туризма в основном ориентированы на развитие образовательных экскурсий и путешествий. При этом под путешествиями понимаются как организованные туры, так и туристские походы, реализуемые в рамках программ воспитания в школах на базе турклубов.

Примером практики региона в сфере активного туризма является «Маршрут построен» г. Москвы. Данный проект заключается в формировании системы

стимулирования и поддержки деятельности образовательных организаций города по развитию туристской деятельности. Помимо методического сопровождения деятельности турклубов, в проекте проводятся конкурсы среди педагогов и турклубов, а также формируется каталог проверенных и рекомендованных туристских маршрутов, которым может воспользоваться любой желающий. Деятельность турклубов является частью программы по воспитанию в школах, целями которой в первую очередь является воспитание патриотизма, формирование личности обучающихся и т.п.

Опыт по развитию образовательных путешествий и экскурсий представлен на основе практик Ленинградской, Нижегородской, Волгоградской и Свердловской областей. Инициаторами этих практик являются региональные органы власти. Общими чертами практик можно считать следующие:

- ▶ наличие оператора практики — органа власти или подведомственной организации, ответственной за реализацию практики;
- ▶ наличие экспертно-методического центра, который отвечает за разработку маршрутов и учебно-методических комплексов для педагогов;
- ▶ привлечение туроператоров к разработке и реализации турпродуктов на базе предложенных маршрутов и образовательной составляющей путешествий;
- ▶ образовательная составляющая путешествий осуществляется педагогами, в задачи которых входит подготовка обучающихся к поездке, проведение обучающих занятий в процессе, а также оценка образовательных результатов по ее итогам. Централизованно анализ эффективности практики с точки зрения приобретения значимых навыков и знаний не проводится;
- ▶ образовательные путешествия связаны с основной образовательной программой школы.

Отличительными чертами являются подходы к финансированию путешествий. В большинстве представленных практик финансирование осуществляется за счет регионального бюджета. При этом перечень маршрутов крайне ограничен. В Свердловской области оплату участия детей в путешествиях осуществляют родители, при этом регионом представлен широкий перечень маршрутов, которыми могут воспользоваться школьные группы.

Аналогичная схема организации наблюдается и в практике г. Москвы «Город открытий». Она отличается от вышеперечисленных практик несколькими параметрами:

- ▶ ключевой акцент в практике сделан на профориентацию и знакомство обучающихся с образовательным потенциалом Москвы, а также с возможностями профессиональной самореализации в городе. По сути, эта практика ориентирована на повышение притока талантливой

молодёжи в московские вузы. Все экскурсионные маршруты связаны с конкретными областями знаний и могут использоваться для расширения и углубления знаний по учебным предметам, однако это не является приоритетной для Москвы задачей в рамках данной программы;

- ▶ в рамках практики проводится отбор и подготовка гидов-кураторов из числа студентов вузов. Помимо качественного ведения программ этот подход обеспечивает дополнительный канал продвижения образовательной инфраструктуры Москвы, поскольку помимо обязательной части экскурсионной программы студенты делятся с ребятами своим опытом обучения в московских вузах.

На базе однодневных маршрутов и методических материалов к ним, предложенных программой, туроператоры могут формировать многодневные программы путешествий, включая в нее дополнительные объекты показа, в том числе из числа партнёров программы.

Особняком от описанных выше практик стоит практика г. Москвы «Урок в музее». Ее отличие заключается в том, что в ее основе лежит иная туристско-образовательная технология — урок в музее. В рамках этой технологии на объектах показа проводятся не экскурсии, а полноценные уроки, в рамках которых музейные экспозиции используются для иллюстрации изучаемого материала. Уроки проводят педагоги школ по разработанным музеями методическим материалам. Строго говоря, данная практика не является продуктом образовательного туризма, поскольку уроки проводятся в Москве для московских школьников, однако она может использоваться как пример для развития новых форматов работы для объектов показа в рамках образовательных путешествий.

5.4. Выводы

Из всех продуктов образовательного туризма на настоящий момент наиболее развиты образовательные интенсивы, научные, студенческие стажировки и программы студенческого обмена.

В большинстве своем эти продукты разрабатываются и реализуются непосредственно образовательными организациями и предлагаются обучающимся как дополнительные программы обучения или модули основных программ.

Наиболее сложными для развития продуктами являются образовательные экскурсии и путешествия. В этой области часто наблюдается подмена понятий: образовательными называются познавательные поездки, в том числе привязанные к темам школьной программы. Такие поездки не имеют под собой методической базы, установленных образовательных результатов, не предполагают самостоятельной проектной деятельности и других составляющих образовательных путешествий.

Инфраструктуру региональных практик составляют следующие организации:

Оператор — орган власти или подведомственная организация, ответственная за реализацию практики, за организацию взаимодействия между всеми участниками, за продвижение практики и концепции образовательных путешествий;

Экспертно-методический центр, который отвечает за разработку маршрутов и учебно-методических комплексов для педагогов;

Туроператоры, которые не только участвуют в разработке маршрутов, но и реализуют их как туристские продукты на коммерческой основе или с привлечением бюджетного финансирования.

Педагоги школ, на которых возлагается ответственность за реализацию образовательной составляющей путешествий на основе централизованно разработанных учебно-методических материалов. Образовательную составляющую могут реализовывать и гиды-экскурсоводы, однако им нужна специальная подготовка.

Объекты показа, которые расширяют линейку своих продуктов, включая в них образовательные экскурсии и уроки в музее.

Данная структура также сохраняется, если лидерами практики становятся профессиональные сообщества туроператоров (как это произошло в проекте «Уроки дает Петербург», где инициатором стала Лига туроператоров Санкт-Петербурга). Однако для реализации такого подхода нужно сильное и сплоченное сообщество туроператоров в регионе, рассматривающее образовательные путешествия в качестве значимого направления своей деятельности, осознающего ценность образовательной составляющей как части турпродукта и имеющее административную поддержку на уровне региональных органов власти в области образования.

Инициаторами образовательных экскурсий или даже программ образовательных путешествий могут быть и промышленные предприятия, и другие коммерческие организации, однако в данном случае стоит говорить, прежде всего, о профориентационном эффекте туристских продуктов, поскольку именно это является ключевым интересом для любого типа бизнеса.

В части финансирования образовательных путешествий и экскурсий приоритетными источниками являются средства родителей (или участников в случае студентов и молодёжи) и региональное финансирование (по приоритетным для региона маршрутам). В качестве дополнительных источников часто используются средства федеральных программ и проектов, например, таких как: «Больше, чем путешествие», гранты «Движения Первых» и Русского географического общества, проект «Дороги Победы» и др.

Список источников

- [1] Ritchie, B. W. (2003). Managing Educational Tourism. Channel View Publications.
- [2] Dou, Y., Bai, Y., et al. (2025). Unpacking student outcomes in educational tourism. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education. ScienceDirect.
- [3] Grand View Research. (2025). Educational Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report, 2025–2030.
- [4] Future Market Insights. (2025). Educational Tourism Market Outlook.
- [5] SYTA (Student & Youth Travel Association). (2024). Social Impact of Student Travel Report.
- [6] Acta Psychologica. (2025). Evaluating study tours' impact on adolescents' learning outcomes.
- [7] Федеральный закон от 13.07.2020 № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере».
- [8] Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (Минэкономразвития РФ).
- [9] Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Правительством РФ).
- [10] Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года (Минпросвещения РФ).
- [11] Программа АСИ «Классная страна» — методические рекомендации по интеграции туризма в образовательный процесс.

Стандарт развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионах

Основная задача Стандарта — предоставить субъектам Российской Федерации понятный и практичный инструмент для внедрения Целевой модели развития детского и молодёжного образовательного туризма и достижения ее целевых показателей.

Предусмотрено:

- ▶ включение в развитие детского и молодёжного образовательного туризма всех заинтересованных исполнительных органов субъекта;
- ▶ разработка прозрачного порядка взаимодействия органов власти, туроператоров, образовательных организаций по вопросам развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ оказание мер поддержки в сфере инфраструктуры, подготовки кадров для образовательного туризма, финансовых мер поддержки и продвижения продуктов образовательного туризма внутри региона и на национальном уровне.

Стандарт включает 10 шагов и содержит группы мероприятий по следующим блокам:

- ▶ организационно-правовое обеспечение;
- ▶ методологическая поддержка;
- ▶ кадровое обеспечение;
- ▶ меры государственной поддержки и стимулирования участников рынка образовательного туризма в регионе;
- ▶ информационное обеспечение.

Стандарт создан в качестве руководства в целях методического обеспечения исполнительных органов субъектов Российской Федерации, для разработки и реализации мер государственной поддержки развития детского и молодёжного образовательного туризма на основе следующих принципов:

- 1. Последовательность** — внедрение Стандарта на основе текущих практик региона в сфере образовательного туризма.
- 2. Комплементарность** — взаимная дополняемость федеральных и региональных мер поддержки детского и молодёжного образовательного туризма с учётом компетенции органов исполнительной власти.
- 3. Прозрачность** — привлечение экспертов в сфере образования и туризма, а также разработка гарантий государственной поддержки, исключающих дискриминационные условия.

4. Вариативность — свобода исполнительными органами субъекта Российской Федерации выбирать конкретные формы оказания государственной поддержки с учётом региональных приоритетов и особенностей.

5. Системность — нацеленность мер и мероприятий государственной поддержки на результат, имеющий устойчивый характер.

Цель региона: создание условий для развития детского и молодёжного образовательного туризма с целью повышения качества образования и трансфера образовательных технологий для обеспечения лидерской позиции Российской Федерации на международном рынке.

Задачи региона:

- ▶ актуализация нормативно-правовых документов в части детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ развитие кадрового потенциала регионов в области образовательного туризма;
- ▶ формирование партнёрской сети в образовательном туризме;
- ▶ создание условий для разработки образовательных туристских продуктов, конкурентоспособных на российском и международном рынке;
- ▶ разработка прозрачных механизмов для оценки и анализа уровня развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ создание системы мотивации и поощрения лидеров образовательного туризма.

Участники Целевой модели на региональном уровне:

- ▶ исполнительные органы субъекта Российской Федерации, курирующие сферы туризма, образования и смежных отраслей, значимых для развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ органы местного самоуправления;
- ▶ общественные организации малого и среднего бизнеса;
- ▶ профессиональные сообщества туроператоров;
- ▶ образовательные организации и индивидуальные предприниматели, реализующие программы повышения квалификации для специалистов из образования, туризма и смежных областей;
- ▶ образовательные организации и индивидуальные предприниматели, реализующие основные и дополнительные общеразвивающие программы, программы профессионального образования;
- ▶ туроператоры и турагенты;
- ▶ учреждения культуры, физкультуры и спорта, научно-исследовательские центры, вузы, предприятия и иные организации, на базе которых могут проводиться образовательные программы, включенные в состав продуктов образовательного туризма.

Полномочия участников Целевой модели:

1. Высшие исполнительные органы субъектов Российской Федерации:

- ▶ включают детский и молодёжный образовательный туризм в систему приоритетов региональной политики;
- ▶ принимают решение о внедрении Целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ обеспечивают в субъекте создание инфраструктуры детского и молодёжного образовательного туризма, осуществление кадровой политики, функционирование его управленческой и организационно-финансовой структуры.

2. Исполнительный орган субъекта Российской Федерации, ответственный за внедрение Целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма:

- ▶ осуществляет координацию внедрения Целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ обеспечивает деятельность Проектного офиса образовательного туризма (далее — Проектного офиса ОТ);
- ▶ обеспечивает реализацию мероприятий дорожной карты Целевой модели;
- ▶ реализует меры государственной поддержки, направленные на обеспечение доступности образовательного туризма для детей и молодёжи;

3. Исполнительные органы субъекта Российской Федерации, ответственные за мероприятия в рамках региональной программы развития детского и молодёжного образовательного туризма, обеспечивают реализацию мероприятий, направленных на достижение показателей Целевой модели.

4. Органы местного самоуправления в рамках Целевой модели:

- ▶ рекомендуют подведомственным образовательным организациям внедрять образовательные программы путешествий и экскурсий;
- ▶ участвуют в продвижении образовательного туризма среди целевых аудиторий на территории муниципального образования;
- ▶ вводят систему стимулирования подведомственных образовательных организаций с целью внедрения образовательного туризма среди детей и молодёжи;
- ▶ способствуют развитию системы дополнительного образования в муниципалитете, направленной на создание условий по реализации дополнительных общеразвивающих программ, включающих продукты образовательного туризма;
- ▶ обеспечивают организацию и проведение мониторинга развития образовательного туризма.

5. Общественные организации малого и среднего бизнеса, профессиональные сообщества туроператоров:

- ▶ представляют интересы своих участников на межведомственном совете по детскому и молодёжному образовательному туризму;
- ▶ разрабатывают предложения по оптимизации административных процедур, связанных с разработкой и реализацией продуктов образовательного туризма;
- ▶ обеспечивают вовлеченность своих членов в решение вопросов развития детского и молодежного образовательного туризма;
- ▶ взаимодействуют с Проектным офисом детского и молодёжного образовательного туризма по вопросам подбора туроператоров для разработки и реализации продуктов образовательного туризма совместно с образовательными организациями;
- ▶ участвуют в продвижении продуктов образовательного туризма региона на внутри региональном, межрегиональном, национальном и международном уровнях.

6. Образовательные организации и индивидуальные предприниматели, реализующие программы повышения квалификации для специалистов в сфере образования, туризма и смежных областях:

- ▶ разрабатывают и реализуют программы повышения квалификации (или отдельных модулей программ повышения квалификации) по образовательному туризму для педагогов, представителей туроператоров, представителей объектов показа (учреждений образования, науки, культуры, физкультуры и спорта).

7. Образовательные организации и индивидуальные предприниматели, туроператоры, объекты показа (учреждения культуры, физкультуры и спорта, научно-исследовательские институты, вузы, промышленные предприятия и др.):

- ▶ разрабатывают и реализуют в рамках своих полномочий продукты образовательного туризма;
- ▶ принимают участие в продвижении продуктов образовательного туризма среди целевых аудиторий: детей и подростков, родителей, студентов и молодёжи.

Помимо вышеперечисленных, участниками могут быть компании среднего и крупного бизнеса, которые иницируют и финансируют разработку и проведение образовательных программ в формате образовательных путешествий, выездных образовательных интенсивов или иных продуктов образовательного туризма.

Мероприятия по развитию детского и молодёжного образовательного туризма

Шаг 1. Включение образовательного туризма в систему государственной поддержки с учётом региональных приоритетов

Детский и молодёжный образовательный туризм должен быть включён в стратегию региона в качестве одного из приоритетных направлений развития. Для реализации данного приоритета должны быть внесены изменения и дополнения в региональные государственные программы тех сфер, на которых оказывается существенное влияние данного вида туризма с целью закрепления этого направления деятельности в регионе, развития инфраструктуры и мер государственной поддержки.

В субъекте Российской Федерации должны быть:

- ▶ внесены дополнения и изменения в стратегию региона, которыми в качестве одного из направлений развития выбран образовательный туризм;
- ▶ внесены дополнения и изменения в региональные государственные программы по отраслям;
- ▶ разработана и утверждена региональная программа развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе, направленная на достижение показателей Целевой модели детского и молодёжного туризма в субъекте Российской Федерации;
- ▶ приняты подзаконные акты по отдельным вопросам, регламентирующие деятельность по образовательному туризму (при необходимости).

Шаг 2. Назначение ответственных за развитие детского и молодёжного образовательного туризма

Высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации должно быть назначено ответственное лицо, обеспечивающее межведомственное взаимодействие по вопросам содействия развитию детского и молодёжного образовательного туризма с целью снятия административных барьеров, консолидации усилий органов государственной власти и местного самоуправления, реализации плана мероприятий региональной программы по развитию детского и молодёжного образовательного туризма.

Ответственным лицом должен быть назначен один из заместителей высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, обладающий необходимыми полномочиями по организации межведомственного взаимодействия.

Межведомственное взаимодействие в сфере детского и молодёжного образовательного туризма обеспечивает решение следующих задач:

- ▶ координация деятельности исполнительных органов субъекта Российской Федерации и местного самоуправления по реализации плана мероприятий региональной программы по развитию детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ консолидация усилий исполнительных органов субъекта Российской Федерации в области развития инфраструктуры, информационной поддержки, стимулирования развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ развитие нормативно-правовой базы субъекта Российской Федерации в сфере детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ принятие решений, направленных на снятие административных барьеров, препятствующих развитию детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ организация мониторинга развития детского и молодёжного образовательного туризма и оценки его социально-экономического влияния.

Межведомственное взаимодействие может быть организовано в формате межведомственного совета по вопросам детского и молодёжного образовательного туризма.

Также Высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации должен быть назначен исполнительный орган субъекта Российской Федерации, ответственный за внедрение Целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма.

Шаг 3. Создание межведомственного совета по вопросам развития детского и молодёжного образовательного туризма

Межведомственный совет (далее — Совет) должен быть создан для обеспечения межведомственного и межуровневого взаимодействия в региональной системе управления с участием представителей исполнительных органов субъектов Российской Федерации, осуществляющих государственное управление в сфере туризма, образования, культуры, спорта, финансов, экономического развития, а также представителей органов местного самоуправления, общественных объединений малого и среднего бизнеса, профессиональных сообществ туроператоров и иных заинтересованных организаций.

Межведомственный совет должен быть учреждён в субъекте Российской Федерации в качестве консультационного органа при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации или его заместителе, назначенном ответственным за развитие детского и молодёжного образовательного туризма.

В состав Межведомственного совета должны входить представители органов государственной власти и местного самоуправления, представители туроператоров и организаций индустрии гостеприимства, а также их общественных организаций и сообществ, представители общественных организаций, объединяющих специалистов в сфере образования, представители федеральных вузов, расположенных на территории субъекта Российской Федерации, иные специалисты в области образования и туризма.

Основными задачами Межведомственного совета являются:

- ▶ определение общей политики субъекта Российской Федерации в сфере развития детского и молодёжного образовательного туризма, включая приоритетные направления образовательного туризма;
- ▶ подготовка рекомендаций по развитию инфраструктуры поддержки детского и молодёжного образовательного туризма на региональном уровне, совершенствования её деятельности;
- ▶ подготовка предложений по развитию нормативно-правовой базы субъекта Российской Федерации, регламентирующей образование и туристскую деятельность с целью снятия административных барьеров и стимулирования развития детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ подготовка предложений по системе мер государственной поддержки детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ организация информационного и иного взаимодействия между органами государственной власти, местного самоуправления и иных организаций, с целью реализации стратегии развития детского и молодёжного образовательного туризма.

Межведомственный совет может быть наделён следующими полномочиями:

- ▶ участвовать в подготовке и выработке предложений по вопросам поддержки и развития детского и молодёжного образовательного туризма в субъекте Российской Федерации;
- ▶ запрашивать в установленном порядке у территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, исполнительных органов субъекта Российской Федерации, органов местного самоуправления и организаций материалы и информацию по вопросам, отнесённым к компетенции Совета;
- ▶ рассматривать на заседаниях Совета вопросы, относящиеся к его компетенции, приглашать на заседания Совета представителей территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, исполнительных органов субъекта Российской Федерации, органов местного самоуправления, а также подведомственных им организаций и учреждений, иных организаций, реализующих свою деятельность в сфере образования и туризма;

- ▶ выносить заключения в отношении проектов нормативно-правовых актов субъекта Российской Федерации, регламентирующих деятельность в сфере детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ представлять высшему должностному лицу субъекта Российской Федерации и в исполнительные органы субъекта Российской Федерации в установленном порядке доклады и предложения по вопросам, отнесённым к компетенции Совета.

Деятельность Совета должна регламентироваться Положением о Межведомственном совете.

Шаг 4. Развитие инфраструктуры поддержки: создание проектного офиса по развитию детского и молодёжного образовательного туризма на уровне региона

Проектный офис координирует работу по развитию детского и молодёжного образовательного туризма, организационно сопровождает деятельность по созданию и развитию продуктов образовательного туризма, формирует вокруг себя профессиональное сообщество людей и организаций, вовлечённых разработку и развитие продуктов образовательного туризма, проводит оценку уровня развития данной сферы и готовит предложения по дополнительным мерам стимулирования и поддержки.

Проектный офис создаётся путём возложения полномочий на действующую организацию инфраструктуры поддержки туризма в субъекте Российской Федерации.

Проектный офис выполняет следующие функции:

- ▶ координирует работу организаций, вовлечённых в разработку и реализацию продуктов образовательного туризма;
- ▶ взаимодействует с профессиональными сообществами туроператоров в рамках разработки и вывода на рынок продуктов образовательного туризма;
- ▶ взаимодействует с организациями, осуществляющими методическую поддержку по разработке образовательных программ путешествий и их экспертизе;
- ▶ ведёт базу данных продуктов детского и молодёжного образовательного туризма региона;
- ▶ участвует в продвижении детского и молодёжного образовательного туризма региона на межрегиональном, национальном и международном уровне;
- ▶ проводит мониторинг уровня развития детского и молодёжного образовательного туризма;

- ▶ организует ознакомительные поездки по маршрутам образовательных экскурсий и путешествий для представителей образовательных организаций и туроператоров;
- ▶ выполняет иные функции, закрепленные за ним исполнительным органом субъекта Российской Федерации, ответственным за внедрение Целевой модели детского и молодёжного образовательного туризма в субъекте.

На базе Проектного офиса может быть создан Центр компетенций, обеспечивающий методическое сопровождение участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма.

Шаг 5. Развитие инфраструктуры поддержки: организация методического сопровождения участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма

Система методического сопровождения призвана обеспечить высокое качество продуктов детского и молодёжного образовательного туризма, а именно: высокий уровень методической проработанности образовательной и туристской составляющих продуктов образовательного туризма.

Система методического сопровождения участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма субъекта Российской Федерации должна включать организацию работы Центра компетенций.

Центр компетенций — организация, обеспечивающая методическое сопровождение деятельности участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма. К полномочиям центра компетенций относятся:

- ▶ разработка методических рекомендаций по созданию образовательных программ путешествий и экскурсий;
- ▶ проведение экспертизы образовательных программ экскурсий и путешествий;
- ▶ проведение обучающих программ и мероприятий по детскому и молодежному образовательному туризму, включая программы повышения квалификации для педагогов и специалистов туристской индустрии;
- ▶ консультационная поддержка участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма по вопросам разработки образовательных программ путешествий и экскурсий, а также других образовательных программ, включённых в туристские продукты;
- ▶ иные полномочия, закреплённые за Центром компетенций решением исполнительного органа субъекта Российской Федерации.

Функции Центра компетенций могут быть переданы организации, выполняющей также функции Проектного офиса или иной организации, обладающей необходимыми ресурсами для осуществления данной деятельности.

Дополнительно рекомендуется рассмотреть возможность создания системы добровольной образовательных программ путешествий.

Система добровольной сертификации образовательных программ путешествий — официально зарегистрированная и регулируемая законом система, в рамках которой туроператоры по собственной инициативе подтверждают соответствие предлагаемых ими образовательных программ путешествий установленным требованиям путём получения добровольного сертификата соответствия.

Система добровольной сертификации образовательных программ путешествий призвана обеспечить гарантию качества предлагаемых на рынке продуктов детского и молодёжного образовательного туризма, повысить доверие к ним родителей детей и других потребителей.

В рамках создания системы добровольной сертификации образовательных программ путешествий субъект Российской Федерации может возложить функции органа по сертификации на организацию, выполняющую функции Центра компетенций.

Шаг 6. Кадровое обеспечение детского и молодёжного образовательного туризма

С целью кадрового обеспечения образовательного туризма на уровне региона необходимо обеспечить подготовку специалистов в области детского и молодёжного образовательного туризма.

С целью кадрового обеспечения детского и молодёжного образовательного туризма в субъекте Российской Федерации должны быть организованы обучающие мероприятия и программы повышения квалификации по детскому и молодежному образовательному туризму, а именно:

- ▶ программы повышения квалификации (или модули программ) для педагогов и руководителей образовательных организаций;
- ▶ программы повышения квалификации (или модули программ) для работников учреждений культуры и других организаций социальной сферы субъекта Российской Федерации, которые могут выступать в качестве объектов показа в рамках образовательного туризма;
- ▶ программы повышения квалификации (или модули программ) или иные образовательные программы для сотрудников туроператоров и иных специалистов туристической индустрии;
- ▶ образовательные программы для сотрудников и специалистов иных учреждений и организаций, участвующих в разработке и проведении образовательных программ путешествий и иных продуктов образовательного туризма;

Шаг 7. Разработка и внедрение мер государственной поддержки в сфере детского и молодёжного образовательного туризма

С целью развития детского и молодёжного образовательного туризма на уровне субъекта Российской Федерации и муниципальных образований необходимо разработать и принять систему мер государственной поддержки, которые могут включать информационную, консультационную, финансовую, иные виды поддержки.

Субъект Российской Федерации должен разработать систему мер государственной поддержки детского и молодёжного образовательного туризма.

Меры государственной поддержки должны быть направлены на решение следующих задач:

- ▶ формирование предложения продуктов образовательного туризма;
- ▶ обеспечение доступности продуктов образовательного туризма для целевых аудиторий, в том числе для людей из социально уязвимых групп.

Меры государственной поддержки должны включать, в том числе:

- ▶ консультационную поддержку участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма, осуществляемую центром компетенций;
- ▶ обучающие мероприятия по детскому и молодежному образовательному туризму, проводимые центром компетенций;
- ▶ размещение образовательных экскурсий и путешествий на информационных ресурсах субъекта Российской Федерации, а также в рекламно-информационных материалах региона по туризму.

Меры государственной поддержки могут включать финансовые меры поддержки, направленные на:

- ▶ обеспечение путешествий обучающихся, определенным в качестве приоритетных в субъекте Российской Федерации;
- ▶ обеспечение равного доступа к продуктам образовательного туризма для детей и подростков из социально уязвимых групп населения.

Перечень мер государственной поддержки разрабатывается субъектом Российской Федерации самостоятельно, исходя из его организационных и финансовых возможностей, и утверждается нормативно-правовым актом. Также меры поддержки могут быть дополнительно разработаны муниципальными образованиями, входящими в состав субъекта Российской Федерации.

Шаг 8. Создание системы мотивации и поощрения

В субъекте Российской Федерации должна быть создана система поощрения и мотивации для всех участников рынка детского и молодёжного образовательного туризма, в том числе туроператоров, образовательных организаций, организаций культуры, инновационной инфраструктуры региона и других. Также должна быть создана система поощрения отдельных специалистов, участвующих в развитии данного направления.

Система мотивации и поощрения должна быть направлена на вовлечение в детский и молодежный образовательный туризм организаций и отдельных специалистов, в том числе:

- ▶ образовательных организаций;
- ▶ туроператоров;
- ▶ гидов, экскурсоводов;
- ▶ учреждений культуры, образования, физкультуры и спорта, организаций инновационной инфраструктуры субъекта Российской Федерации, промышленных предприятий.

Система мотивации должна включать финансовые и нефинансовые меры.

Объём и перечень финансовых мер определяется субъектом Российской Федерации самостоятельно, исходя из финансовых возможностей.

Нефинансовые меры мотивации и стимулирования должны предусматриваться как для представителей государственных и муниципальных организаций, так и для негосударственных организаций.

Перечень нефинансовых мер определяется субъектом Российской Федерации самостоятельно, исходя из действующей системы поощрения и стимулирования органов и организаций, отдельных граждан, а также из организационных возможностей региона.

Шаг 9. Создание системы информационного сопровождения развития детского и молодёжного образовательного туризма

В субъекте Российской Федерации должна быть разработана и реализована комплексная информационная кампания по продвижению детского и молодёжного образовательного туризма среди целевых аудиторий, целями которой должны стать повышение спроса на образовательные экскурсии и путешествия со стороны детей, их родителей и молодёжи, образовательных организаций, а также увеличение предложения продуктов образовательного туризма.

В субъекте Российской Федерации должен быть разработан медиаплан по продвижению детского и молодёжного образовательного туризма среди целевых аудиторий, который должен включать:

- ▶ публикации на официальных каналах высшего должностного лица субъекта Российской Федерации и исполнительных органов субъекта;
- ▶ публикации в СМИ;
- ▶ размещение наружной рекламы по детскому и молодежному образовательному туризму;
- ▶ размещение информации об образовательных программах экскурсий и путешествий и других продуктах детского и молодёжного образовательного туризма на сайтах образовательных организаций, туроператоров, объектов показа и других организаций-участников рынка образовательного туризма;
- ▶ размещение информации о продуктах детского и молодёжного образовательного туризма в информационно-рекламных материалах туристско-информационных центров;
- ▶ представление информации о детском и молодежном образовательном туризме региона и отдельных турпродуктов на федеральных и региональных мероприятиях в сфере туризма и образования.

Для реализации информационного сопровождения развития образовательного туризма в регионе создается специализированный информационный ресурс.

Шаг 10. Мониторинг и оценка развития детского и молодёжного образовательного туризма

В субъекте Российской Федерации должна быть создана система мониторинга и оценки развития детского и молодёжного образовательного туризма, которая должна включать наличие ответственного за проведение мониторинга, перечень показателей оценки, а также график и процедуру сбора и анализа данных.

В целях проведения мониторинга необходимо:

- ▶ назначить организацию, ответственную за проведение мониторинга.
В качестве такой организации может быть выбран проектный офис в области детского и молодёжного образовательного туризма;
- ▶ разработать и принять регламент о проведении регулярного мониторинга развития детского и молодёжного образовательного туризма, устанавливающего ответственность всех органов власти и организаций, периодичность проведения, систему показателей, способы сбора данных для мониторинга.

Результаты мониторинга представляются в Межведомственный совет по вопросам развития детского и молодёжного образовательного туризма не реже 1 раза в год для проведения оценки и разработки предложений по дальнейшему развитию данной сферы.

Приложение 2

Методика расчета показателей развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе

Введение

Настоящая методика разработана для расчета показателей, характеризующих состояние и развитие детского и молодёжного образовательного туризма в регионе. Методика основывается на использовании открытых источников данных, что обеспечивает прозрачность и возможность независимой проверки.

Общие принципы методики:

- ▶ **Приоритет официальных источников:** в первую очередь используются данные органов государственной и муниципальной власти, официальные статистические наблюдения, реестры и данные с официальных сайтов, результаты опросов АСИ и регионов.
- ▶ **Единица измерения:** большинство показателей выражено в долях (процентах). Расчет основан на соотношении части к общему целому.
- ▶ **Периодичность:** данные для расчета рекомендуется собирать на ежегодной основе для отслеживания динамики.
- ▶ **Формула:** базовой формулой для большинства показателей является: $(\text{Числитель} / \text{Знаменатель}) \times 100 \%$.

Механизм расчета и оценки:

- ▶ **Шкала оценивания:** балльная система. За достижение целевого значения по каждому показателю начисляется 1 балл.
- ▶ **Интерпретация результатов:** сумма баллов по каждой группе переводится в один из трех уровней: «низкий», «средний», «высокий» — согласно заданным пороговым значениям.
- ▶ **Комплексный анализ:** итоговая оценка развития сферы формируется на основе анализа уровней по всем семи группам.
- ▶ **Источники данных:** четко прописанные для каждого показателя открытые ресурсы.

Группа						
«Регламентация деятельности»	«Кадры»	«Инфраструктура и сервисы»	«Потребители»	«Продвижение»	«Качество»	«Дополнительные»
Общее количество баллов — 3	Общее количество баллов — 6	Общее количество баллов — 22	Общее количество баллов — 5	Общее количество баллов — 9	Общее количество баллов — 7	Общее количество баллов — 3
0–1 — «низкое»; 2 — «среднее»; 3 — «высокое»	0–2 — «низкое»; 3–4 — «среднее»; 4–5 — «высокое»	0–11 — «низкое»; 12–18 — «среднее»; 19–22 — «высокое»	0–2 — «низкое»; 3–4 — «среднее»; 5 — «высокое»	0–4 — «низкое»; 5–7 — «среднее»; 8–9 — «высокое»	0–3 — «низкое»; 4–5 — «среднее»; 6–7 — «высокое»	0–1 — «низкое»; 2 — «среднее»; 3 — «высокое»

Методика расчета по группам показателей

1. Группа «Регламентация деятельности»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Наличие внедренного регионального стандарта	Бинарный показатель (1/0). 1 — стандарт принят и опубликован, 0 — отсутствует.	Стандарт принят и опубликован	Официальный сайт высшего исполнительного органа власти субъекта РФ, портал правовой информации региона
2	Наличие утвержденной региональной программы развития детского и молодежного образовательного туризма	Бинарный показатель (1/0). 1 — программа утверждена и действует, 0 — отсутствует.	Программа утверждена и действует	Официальный сайт исполнительного органа субъекта РФ, отвечающего за туризм/образование
3	Наличие системы мониторинга	Бинарный показатель (1/0). 1 — система описана в нормативном акте/программе и реализуется (есть отчеты), 0 — отсутствует.	Система описана в нормативном акте/программе и реализуется (есть отчеты)	Данные статистического наблюдения, официальные отчеты о реализации региональной программы развития детского и молодежного образовательного туризма

2. Группа «Кадры»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Доля туроператоров (ТО), сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество ТО, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество туроператоров в регионе) × 100 %	70 % ТО, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства образования региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата (Единый реестр субъектов МСП, форма № 1-Предприниматель)
2	Доля образовательных организаций (ОО), сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество ОО, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество образовательных организаций в регионе) × 100 %	90 % ОО, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства образования региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата, открытые реестры образовательных учреждений

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
3	Доля организаций физической культуры и спорта, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество организаций физической культуры и спорта, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество организаций физической культуры и спорта в регионе) × 100 %	60 % организаций физической культуры и спорта, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства спорта региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата, открытые реестры организаций физической культуры и спорта
4	Доля организаций культуры, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество организаций культуры, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество организаций культуры в регионе) × 100 %	90 % организаций культуры, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства культуры региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата, открытые реестры организаций культуры
5	Доля научных организаций, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество научных организаций, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество научных организаций в регионе) × 100 %	70 % научных организаций, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства образования региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата, перечень научных организаций
6	Доля предприятий промышленности, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	(Количество предприятий промышленности, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму) / (Общее количество промышленных предприятий в регионе) × 100 %	30 % предприятий промышленности, сотрудники которых прошли обучение по образовательному туризму	Данные от органа власти (например, Министерства промышленности или экономики региона), который аккумулирует отчеты о повышении квалификации; реестры выданных удостоверений о ППК. Данные Росстата, перечень предприятий промышленности

3. Группа «Инфраструктура и сервисы»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Доля объектов научно-популярного туризма региона, включенных во Всероссийский перечень, внедривших образовательные экскурсии	(Количество объектов, внедривших образовательные экскурсии) / (Общее количество объектов научно-популярного туризма в регионе) × 100 %	100 % объектов научно-популярного туризма в регионе, включенных во Всероссийский перечень, внедрили образовательные экскурсии	Всероссийский перечень научно-популярного туризма, опрос/анкетирование объектов
2	Доля организаций физической культуры и спорта, внедривших образовательные экскурсии	(Количество организаций, внедривших образовательные экскурсии) / (Общее количество организаций в регионе) × 100 %	50 % организаций физической культуры и спорта, внедрили образовательные экскурсии	Реестры организаций спорта, данные ежегодного мониторинга
3	Доля организаций культуры, внедривших образовательные экскурсии	(Количество организаций, внедривших образовательные экскурсии) / (Общее количество организаций в регионе) × 100 %	90 % организаций культуры, внедрили образовательные экскурсии	Реестры организаций культуры, данные ежегодного мониторинга
4	Доля экскурсоводов, реализующих образовательные экскурсии	(Количество аккредитованных экскурсоводов с тематическими маршрутами) / (Общее количество аккредитованных экскурсоводов в регионе) × 100 %	50 % аккредитованных экскурсоводов с тематическими маршрутами	Реестр аккредитованных экскурсоводов и гидов-переводчиков
5	Включение региона в программу «Открытая промышленность»	Бинарный показатель (1/0). 1 — регион включен в программу «Открытая промышленность» и успешно ее освоил, 0 — регион не принимал участие в программе «Открытая промышленность».	Регион включен программу «Открытая промышленность» и успешно ее освоил	Официальный сайт программы «Открытая промышленность»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
6	Доля коллективных средств размещения (КСР), готовых к приему организованных групп детей	(Количество КСР, готовых к приему организованных групп детей) / (Общее количество КСР/ объектов общепита) × 100 %	Не менее 50 % КСР, потенциально готовы к приему организованных групп детей	Реестры Роспотребнадзора, данные Ассоциации туроператоров, открытые данные о классификации гостиниц, опрос представителей КСР
7	Доля предприятий общественного питания, готовых к приему организованных групп детей	(Количество предприятий общественного питания, готовых к приему организованных групп детей) / (Общее количество предприятий общественного питания) × 100 %	Не менее 50 % предприятий общественного питания, готовы к приему организованных групп детей	Реестры Роспотребнадзора, данные Ассоциации туроператоров, открытые данные о количестве предприятий общественного питания в регионе, опрос представителей предприятий общественного питания
8	Доля транспортных компаний, соответствующих требованиям перевозки организованных групп детей	(Количество компаний, соответствующих требованиям перевозки организованных групп детей) / (Общее количество транспортных компаний в реестре) × 100 %	Не менее 50 % предприятий, соответствующих требованиям по перевозке организованных групп детей	Реестр лицензий на пассажирские перевозки (Ространснадзор), реестр субъектов МСП
9	Доля объектов культурного наследия (ОКН), включенных в образовательно-туристские маршруты	(Количество ОКН, фигурирующих в описанных образовательно-туристских маршрутах) / (Общее количество ОКН в регионе) × 100 %	Не менее 30 % ОКН региона, включены в образовательно-туристские маршруты	Единый государственный реестр объектов культурного наследия; реестры турмаршрутов, данные региона
10	Доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям	Рассчитывается в соответствии с Приказом Росавтодора от 29.11.2024 № 160 Об утверждении методики формирования официальной статистической информации, необходимой для мониторинга достижения показателей национального проекта «Безопасные качественные дороги».	Не менее 60 % дорог в регионе, находятся в нормативном состоянии	Открытые данные Росавтодора и региональных органов управления дорожным хозяйством. Ссылка на источник данных: https://fedstat.ru/indicator/61587 (Рейтинг качества жизни АСИ)
11	Удовлетворенность качеством дорог	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ i = 1..N — респонденты k = 1..m — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность качеством дорог по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по каждому критерию к общему количеству критериев. 3) Итоговая удовлетворенность качеством дорог по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов.	Средний балл удовлетворенности качеством дорог не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
12	Удовлетворенность инфраструктурой для пешеходов	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ i = 1..N — респонденты k = 1..m — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность пешеходной инфраструктурой по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по каждому критерию к общему количеству критериев. 3) Итоговая удовлетворенность пешеходной инфраструктурой по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов.	Средний балл удовлетворенности инфраструктурой для пешеходов не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
13	Удовлетворенность получением медицинской помощи	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ikb} / m) / N$ $i = 1..N \text{ — респонденты}$ $k = 1..m \text{ — критерий удовлетворенности}$ $b = 1..v \text{ — условия оказания медицинской помощи}$ 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность мед. помощью по данному условию оказания мед. помощи (кто получал мед. помощь по соответствующему условию) по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по каждому критерию к общему количеству критериев. 3) Средняя удовлетворенность мед. помощью по данному условию оказания мед. помощи по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента (кто получал мед. помощь по соответствующему условию) к общей численности респондентов. 4) Аналогично рассчитывается средняя удовлетворенность мед. помощью по другим условиям оказания мед. помощи по респондентам (кто получал мед. помощь по соответствующему условию). 5) Итоговая удовлетворенность мед. помощью по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности мед. помощью по каждому респонденту к общей численности респондентов. Показатель оценивается среди респондентов, кто получал медицинскую помощь в государственных медицинских организациях в населенном пункте и (или) регионе своего проживания за последний год.	Средний балл удовлетворенности получением медицинской помощи не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
14	Оценка уровня безопасности в регионе	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N \text{ — респонденты}$ $k = 1..m \text{ — критерий безопасности}$ 1) Каждый респондент оценивает уровень безопасности по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средний уровень безопасности как сумма оценок уровня безопасности по всем критериям к общему количеству критериев. 3) Итоговый уровень безопасности по региону рассчитывается как сумма оценок среднего уровня безопасности каждого респондента к общей численности респондентов.	Средний балл удовлетворенности уровнем безопасности в регионе не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
15	Уровень удовлетворенности развития безбарьерной среды на объектах показа	$(\text{Количество опрошенных среди населения удовлетворенных уровнем развития безбарьерной среды на объектах показа}) / (\text{Общее количество опрошенных}) * 100 \%$	Не менее 70 % опрошенных удовлетворены уровнем развития безбарьерной среды на объектах показа региона	Данные региона. Государственная программа «Доступная среда», региональные карты доступности. Опрос АСИ

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
16	Удовлетворенность качеством Интернета и мобильной связи	Рассчитывается как средняя удовлетворенность качеством Интернета и мобильной связи среди респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности качеством интернета и мобильной связи не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
17	Уровень удовлетворенности использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)	Рассчитывается как средняя удовлетворенность наличием и качеством мобильных приложений, аудиогидов, QR-кодов, виртуальных туров на сайтах объектов показа и ТИЦ качеством среди респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности использованием ИКТ не ниже 4	Опрос АСИ. Контент-анализ официальных сайтов и приложений объектов показа и ТИЦ
18	Удовлетворенность качеством общественных открытых пространств	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность пространствами по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по всем критериям к общему количеству критериев. 3) Итоговая удовлетворенность пространствами по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Под общественными пространствами понимаются улицы, пешеходные зоны, набережные, площади, парки и скверы, дворовые территории. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности качеством общественных открытых пространств не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
19	Удовлетворенность качеством окружающей среды	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность окружающей средой по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по всем критериям к общему количеству критериев. 3) Итоговая удовлетворенность окружающей средой по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов.	Средний балл удовлетворенности качеством окружающей среды не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
20	Оценка доступности среднего профессионального образования и профессионального обучения в своем регионе	$\sum (\sum (\text{Оценка доступности})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N \text{ — респонденты}$ $k = 1..m \text{ — критерий доступности}$ 1) Каждый респондент оценивает доступность по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя оценка доступности как сумма оценок доступности по каждому критерию к общему количеству критериев. 3) Итоговая оценка доступности в регионе рассчитывается как сумма средних оценок доступности каждого респондента к общей численности респондентов. Показатель оценивается среди респондентов в возрасте 14–59 лет.	Средний балл удовлетворенности доступности среднего профессионального образования и профессионального обучения в своем регионе не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
21	Доля зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования, находящихся в аварийном состоянии или требующих капитального ремонта	(Количество зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования, находящихся в аварийном состоянии или требующих капитального ремонта) / (Общее количество зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования) * 100 %	Не менее 80 % государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования, не находятся в аварийном состоянии или требуют капитального ремонта	Ссылка на источник данных: https://docs.edu.gov.ru/document/60bbf3a523ae597725e6585ed4da2dde/ (В архиве папка «ГОУ (город + село)» → Файл с данными по региону → Вкладка «Раздел 1.1» → Графы «Требуется капитального ремонта», «Находится в аварийном состоянии» и «Всего») (Рейтинг качества жизни АСИ)
22	Доля зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования, доступных для маломобильных групп граждан	(Количество зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования, доступных для маломобильных групп граждан) / (Общее количество зданий государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования) * 100 %	100 % государственных образовательных организаций, реализующих программы начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования доступны для маломобильных групп граждан	Ссылка на источник данных: https://docs.edu.gov.ru/document/60bbf3a523ae597725e6585ed4da2dde/ (В архиве папка «ГОУ (город + село)» → Файл с данными по региону → Вкладка «Раздел 1.1» → Графы «Доступно для маломобильных групп граждан» и «Всего») (Рейтинг качества жизни АСИ)

4. Группа «Потребители»

№	Показатель	Особенности расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Доля дополнительных общеразвивающих программ, включающие продукты образовательного туризма, размещенных на портале Регионального навигатора дополнительного образования (Навигатор ДО)	(Количество программ с продуктами образовательного туризма в Навигаторе ДО) / (Общее количество программ в Навигаторе ДО) × 100 %	70 % программ, размещенных в Навигаторе ДО, включают продукты образовательного туризма	Портал «Региональный навигатор дополнительного образования», ЕАИС ДО
2	Доля обучающихся общеобразовательных организаций, принявших участие в образовательных путешествиях	(Количество респондентов, которые принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года / (Общее количество респондентов) × 100 %	Не менее 90 % респондентов принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года	Данные региона, ФСН ОО-1, опрос АСИ

№	Показатель	Особенности расчета	Целевое значение	Источники данных
3	Доля обучающихся профессиональных образовательных организаций, принявших участие в образовательных путешествиях	(Количество респондентов, которые принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года / (Общее количество респондентов) × 100 %	Не менее 90 % респондентов принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года	Данные региона, ФСН СПО-1, опрос АСИ
4	Доля студентов высшего образования, принявших участие в образовательных путешествиях	(Количество респондентов, которые принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года / (Общее количество респондентов) × 100 %	Не менее 90 % респондентов принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года	Данные региона, ФСН ВПО-1, опрос АСИ
5	Доля молодых людей в возрасте до 35 лет, принявших участие в образовательных путешествиях	(Количество респондентов, которые принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года / (Общее количество респондентов) × 100 %	Не менее 60 % респондентов принимали участие в образовательных путешествиях за последние 2 года	Данные региона, опрос АСИ

5. Группа «Продвижение»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Наличие информационного ресурса	Бинарный показатель (1/0). 1 — ресурс существует, актуален (обновлялся за последние 3 месяца) и содержит ссылки, 0 — отсутствует.	Ресурс существует, актуален (обновлялся за последние 3 месяца) и содержит ссылки	Анализ домена, указанного в официальных источниках
2	Наличие продуктов образовательного туризма, разработанных по итогам участия региона в федеральных выставках	Бинарный показатель (1/0). 1 — продукты разработаны и информация о них размещена на открытом информационном ресурсе региона, 0 — информация о разработанных продуктах отсутствует.	Продукты образовательного туризма разработаны и информация о них размещена на открытом информационном ресурсе региона	Пресс-релизы органов власти, отчеты о работе, открытый информационный ресурс
3	Наличие информации о продуктах образовательного туризма региона в ТИЦ	Бинарный показатель (1/0). 1 — информация есть на сайте/в материалах ТИЦ, 0 — отсутствует.	Информация есть на сайте/в материалах ТИЦ	Контент-анализ сайта и материалов ТИЦ
4	Количество публикаций о развитии детского и молодежного образовательного туризма в регионе на официальных сайтах губернатора и органов власти, их аккаунтов в соцсетях	Абсолютное значение. Подсчет числа новостей, пресс-релизов, постов.	Не менее одной публикации в квартал	Мониторинг официальных сайтов губернатора и органов власти, их аккаунтов в соцсетях
5	Уровень охвата аудиторий	(Суммарный охват публикаций по тематике образовательного туризма по данным метрик соцсетей и статистики посещаемости сайтов/общая численность населения региона) × 100 %	Не менее 50 % населения в регионе охвачено публикациями по тематике образовательного туризма	Встроенная аналитика соцсетей, Яндекс.Метрика, данные региона
6	Наличие объектов научно-популярного туризма (НПТ) во Всероссийском реестре, расположенных на территории региона	Бинарный показатель (1/0) или абсолютное значение. Наличие объектов НПТ, размещенных в федеральных реестрах.	В регионе есть объекты НПТ, включенные во Всероссийский перечень объектов НПТ	Портал «Научно-популярный туризм Наука.рф»
7	Наличие маршрутов научно-популярного туризма (НПТ) в регионе	Бинарный показатель (1/0) или абсолютное значение. Наличие маршрутов НПТ, размещенных на сайте Наука.рф.	В регионе есть маршруты НПТ, размещенные на сайте Наука.рф	Портал «Научно-популярный туризм Наука.рф»
8	Наличие маршрутов в регионе по образовательным программам путешествий на сайте «1000 маршрутов»	Бинарный показатель (1/0) или абсолютное значение. Наличие маршрутов в регионе по образовательным программам путешествий на сайте «1000 маршрутов».	В регионе есть маршруты по образовательным программам путешествий, размещенные на сайте «1000 маршрутов»	Портал «1000 маршрутов»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
9	Наличие коммуникационной стратегии по продвижению детского и молодежного образовательного туризма	Бинарный показатель (1/0). 1 — документ принят и опубликован, 0 — отсутствует.	В регионе принята, опубликована и реализуется коммуникационная стратегия по продвижению детского и молодежного образовательного туризма	Официальный сайт органа исполнительной власти, ответственного за развитие детского и молодежного образовательного туризма

6. Группа «Качество»

№	Показатель	Особенности расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Удовлетворенность получаемым образованием	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ikb} / m) i / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности $b = 1..v$ — уровень образования 1) Каждый респондент (кто обучается на данном уровне образования) оценивает удовлетворенность данным уровнем образования по каждому критерию. 2) Для каждого респондента рассчитывается средняя удовлетворенность как сумма оценок удовлетворенности по всем критериям к общему количеству критериев. 3) Средняя удовлетворенность данным уровнем образования по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов (кто обучается на данном уровне образования). 4) Аналогично рассчитывается средняя удовлетворенность другими уровнями образования по респондентам (кто обучается на данном уровне образования). 5) Итоговая удовлетворенность образованием по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Показатель оценивается среди респондентов, кто получает соответствующее образование на момент прохождения опроса, и респондентов, кто получил образование за последний год.	Средний балл удовлетворенности получаемым образованием в регионе не ниже 4	Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)
2	Доля выпускников, трудоустроившихся по полученной специальности (профессии) в течение года после выпуска	(Количество респондентов, которые трудоустроились по полученной специальности (профессии) в течение года после выпуска / Общее количество респондентов, которые выпустились за последний год) × 100 % В расчете показателя не учитываются выпускники, которые в течение года после выпуска проходили службу в армии, находились в отпуске по уходу за ребенком, или продолжили обучение.	Не менее 70 % респондентов трудоустроились по полученной специальности (профессии) в течение года после выпуска	Запрос региональной статистики (Институт развития профессионального образования) Опрос (Рейтинг качества жизни АСИ)

№	Показатель	Особенности расчета	Целевое значение	Источники данных
3	Удовлетворенность родителей участием их детей в образовательном туризме	$\Sigma (\Sigma (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность участием их детей в образовательном туризме. 2) Итоговая удовлетворенность родителей участием их детей в образовательном туризме по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности родителей участием их детей в образовательном туризме не ниже 4	Опрос АСИ
4	Удовлетворенность обучающихся общеобразовательных организаций участием в образовательном туризме	$\Sigma (\Sigma (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность участия в образовательном туризме. 2) Итоговая удовлетворенность участия обучающихся общеобразовательных организаций в образовательном туризме по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности обучающихся общеобразовательных организаций участием в образовательном туризме не ниже 4	Опрос АСИ
5	Удовлетворенность обучающихся профессиональных образовательных организаций участием в образовательном туризме	$\Sigma (\Sigma (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность участия в образовательном туризме. 2) Итоговая удовлетворенность участия обучающихся профессиональных образовательных организаций в образовательном туризме по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности обучающихся профессиональных образовательных организаций участием в образовательном туризме не ниже 4	Опрос АСИ

№	Показатель	Особенности расчета	Целевое значение	Источники данных
6	Удовлетворенность студентов вузов участием в образовательном туризме	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность участия в образовательном туризме. 2) Итоговая удовлетворенность участия студентов вузов в образовательном туризме по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности студентов вузов региона участием в образовательном туризме не ниже 4	Опрос АСИ
7	Удовлетворенность молодых людей в возрасте до 35 лет участием в образовательном туризме	$\sum (\sum (\text{Удовлетворенность})_{ik} / m) / N$ $i = 1..N$ — респонденты $k = 1..m$ — критерий удовлетворенности 1) Каждый респондент оценивает удовлетворенность участия в образовательном туризме. 2) Итоговая удовлетворенность участия молодых людей в возрасте до 35 лет в образовательном туризме по региону рассчитывается как сумма оценок средней удовлетворенности каждого респондента к общей численности респондентов. Шкала оценки критериев: 1 — совсем не удовлетворен, 2 — скорее не удовлетворен, 3 — средне, 4 — скорее удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен.	Средний балл удовлетворенности молодых людей в возрасте до 35 лет участием в образовательном туризме не ниже 4	Опрос АСИ

7. Группа «Дополнительные»

№	Показатель	Методика расчета	Целевое значение	Источники данных
1	Удовлетворенность иностранных студентов качеством обучения в вузе	$(\text{Количество удовлетворенных иностранных студентов}) / (\text{Общее количество опрошенных}) \times 100 \%$	Не менее 70 % респондентов удовлетворены качеством обучения в вузе	Данные внутренних опросов вузов, анкетирование.
2	Доля иностранных граждан, прибывших в регион с образовательными целями	$(\text{Количество иностранцев с образовательными целями}) / (\text{Общее количество иностранных туристов}) \times 100 \%$	Не менее 15 % иностранцев пребывают в регион с образовательными целями	Данные Росстата (форма № 1-ИГ), пограничной службы ФСБ, данные региона
3	Доля внутренних туристов, пребывающих в регион с образовательными целями	$(\text{Количество внутренних туристов, пребывающих в регион с образовательными целями}) / (\text{Общее количество внутренних туристов, пребывающих в регион}) \times 100 \%$	Не менее 30 % внутренних туристов пребывают в регион с образовательными целями	Данные Росстата (форма № 1-ИГ), пограничной службы ФСБ, данные региона

Приложение 3

Рекомендуемый комплекс мероприятий, направленных на развитие детского и молодёжного образовательного туризма

Группа показателей	Мероприятия	Решаемые задачи	Ожидаемые эффекты	Финансирование
Регламентация деятельности	1. Разработка и утверждение стандарта развития детского и молодёжного образовательного туризма в регионе. 2. Принятие региональной программы развития детского и молодёжного образовательного туризма. 3. Создание системы мониторинга и отчетности.	Устранение нормативных пробелов, создание единой системы управления.	Повышение прозрачности, координации и управляемости отрасли.	Региональный бюджет
Кадры	1. Внедрение программ повышения квалификации для педагогов, туроператоров, экскурсоводов по разработке образовательных программ путешествий. 2. Разработка и включение модулей по образовательному туризму в программы вузов и СПО. 3. Проведение обучающих семинаров и стажировок. 4. Проведение региональных курсов профессионального мастерства по созданию образовательных программ путешествий. 5. Стажировки для методистов и гидов на лучших образовательных-туристских маршрутах.	Повышение компетенций специалистов, обеспечение качества образовательных программ.	Рост качества услуг, рост качества образовательных программ, повышение удовлетворенности участников, увеличение числа высококвалифицированных специалистов.	Региональный бюджет, средства образовательных организаций, партнерство.
Инфраструктура и сервисы	1. Адаптация объектов показа (музеи, предприятия, НИИ, учреждения образования и культуры) для приема организованных групп детей и разработки на их базе образовательных экскурсий. 2. Создание реестра поставщиков услуг, готовых к работе с детьми (гостиницы, транспорт, питание) и готовых к сотрудничеству со школами и вузами. 3. Развитие безбарьерной среды на объектах показа. 4. Оборудование учебных пространств на объектах показа (лаборатории, мастерские, интерактивные зоны) для детских и молодежных групп. 5. Вовлечение инфраструктуры (общежитий и столовых) профессиональных образовательных организаций в реализацию образовательных программ путешествий и др. продуктов образовательного туризма.	Обеспечение безопасности, доступности и образовательной ценности объектов.	Увеличение числа объектов с готовыми образовательными программами, рост туристского потока, рост привлекательности объектов показа.	Региональный и муниципальный бюджеты, инвестиции бизнеса, федеральные программы (например, «Доступная среда»).
Потребители	1. Интеграция образовательных путешествий в учебные планы школ и вузов. 2. Проведение информационных кампаний для родителей и обучающихся. 3. Разработка и распространение цифровых образовательных материалов к маршрутам (квесты, рабочие тетради, VR-туры). 4. Участие организаций высшего образования и профессиональных образовательных организаций региона в программе «Студтуризм»	Повышение вовлеченности детей и молодежи в образовательный туризм.	Рост охвата участников, снижение социального неравенства в доступе к образовательным поездкам.	Региональный бюджет, государственно-частное партнерство

Группа показателей	Мероприятия	Решаемые задачи	Ожидаемые эффекты	Финансирование
Продвижение	1. Создание регионального информационного агрегатора или коммуникационной площадки по образовательному туризму. 2. Участие в федеральных выставках и размещение информации на федеральных и региональных информационных ресурсах («1000 маршрутов», «Путешествуем.РФ», «Наука.РФ» и др.). 3. Разработка и размещение рекламных материалов в СМИ и соцсетях. 4. Презентация образовательных программ путешествий на региональных педагогических советах и родительских собраниях. 5. Размещение программ, включающих продукты образовательного туризма, в навигаторе дополнительного образования региона. 6. Создание видеороликов и онлайн-презентаций маршрутов для соцсетей и сайтов школ.	Повышение узнаваемости и доступности региональных образовательных программ.	Рост внутреннего и въездного образовательного туризма, усиление взаимодействия образовательных организаций и туроператоров.	Региональный бюджет, средства туроператоров, гранты на продвижение.
Качество	1. Внедрение системы добровольной сертификации образовательных программ путешествий. 2. Проведение регулярных опросов удовлетворенности среди участников и родителей. 3. Создание механизма обратной связи. 4. Создание базы успешных практик и типовых программ. 5. Проведение ежегодного конкурса на лучшую образовательную программу путешествий.	Повышение качества и доверия к образовательным турам, мотивационная поддержка.	Рост удовлетворенности, улучшение репутации региона.	Региональный бюджет, средства операторов, экспертных организаций.
Дополнительные	1. Разработка образовательно-туристских маршрутов для иностранных студентов и школьников. 2. Участие региона в международных выставках в целях привлечения туристов на продукты образовательного туризма. 3. Создание межрегиональных образовательно-туристских маршрутов.	Привлечение иностранных учащихся, развитие межрегионального обмена.	Рост въездного образовательного туризма, укрепление международного сотрудничества.	Федеральные гранты (например, по линии Россотрудничества), средства вузов, региональный бюджет.

Узнавай страну
не только
по учебникам!



АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ