

СОЗДАНИЕ ЭКСКУРСИОННО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРЕСТИЖА РАБОЧИХ ПРОФЕССИЙ У ОБУЧАЮЩИХСЯ В СРЕДНИХ, СРЕДНИХ СПЕЦИАЛЬНЫХ И ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Гузель Равгатовна ТАИШЕВА^{а*}, Эльза Равгатовна ИСМАГИЛОВА^б,
Юлия Николаевна ШАЙХУТДИНОВА^с

^а доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой логистики,
Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова, Казань, Российская Федерация
taishevag@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1879-5222>
SPIN-код: 9577-8188

^б старший преподаватель кафедры логистики,
Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова, Казань, Российская Федерация
elza1404@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2740-2443>
SPIN-код: 1581-2423

^с преподаватель Центра довузовского обучения Казанского (Приволжского) федерального университета,
Казань, Российская Федерация
silvershell@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1359-0452>
SPIN-код: отсутствует

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 25.04.2018
Получена в доработанном
виде 18.05.2018
Одобрена 06.06.2018
Доступна онлайн 15.08.2018

УДК 332.024

JEL: I02, I25, I28

Ключевые слова:

профориентация,
самоопределение,
производственные
площадки, экскурсии

Аннотация

Тема. Исследование проблем раннего профориентационного самоопределения учащейся молодежи мотивирует на создание экскурсионно-ознакомительных программ на производственных предприятиях для повышения интереса к производственным специальностям и осознанному выбору будущей профессии. В связи с этим вызывает интерес уровень знаний учащихся о производственных предприятиях родного края как основы для создания экскурсионно-ознакомительных программ полного цикла производства на предприятиях региона.

Цели. Анализ ситуации в области знаний учащихся старших классов общеобразовательных школ, колледжей и студентов начальных курсов учреждений высшего профессионального образования об основных производственных предприятиях региона и их продукции.

Результаты. Рассмотрены предпосылки необходимости внедрения экскурсионно-ознакомительных программ. Предложены варианты тем для названий экскурсионных программ полного цикла производства. Указано место экскурсионно-ознакомительных программ в системе сквозного образования. Рассмотрена роль экскурсионно-ознакомительных программ на предприятиях региона в рамках профориентационной и воспитательной работы с учащимися. Поднят вопрос о функционировании производственных музеев трудовой славы как альтернативы культурно-развлекательным мероприятиям, проводимым в школах, колледжах и вузах. Проведена апробация основной идеи исследования с использованием метода опроса целевых групп.

Выводы. Создание на региональных производственных предприятиях экскурсионно-ознакомительных программ и площадок для учащихся «Полный цикл производства» является важным и актуальным мероприятием по интеграции производства в учебный процесс. Тесная взаимосвязь обучения и производства должна повысить заинтересованность учащихся в рабочих специальностях, вовлечь их в научно-техническое творчество, мотивировать на раннее профориентационное самоопределение, вызвать интерес к истории и экономике родного края.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2018

Для цитирования: Таишева Г.Р., Исмагилова Э.Р., Шайхутдинова Ю.Н. Создание экскурсионно-ознакомительных программ на производственных предприятиях региона как фактор повышения престижа рабочих профессий у обучающихся в средних, средних специальных и высших учебных заведениях // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2018. – Т. 14, № 8. – С. 1566 – 1578.
<https://doi.org/10.24891/ni.14.8.1566>

В настоящее время не все школьники, учащиеся колледжей и вузов могут назвать имеющиеся предприятия на территории собственных регионов и не всегда имеют представление о продукции, производимой на этих предприятиях. На наш взгляд, для повышения престижа рабочих специальностей необходимо организовывать экскурсии учащихся на предприятия, начиная с седьмых классов школ и заканчивая студентами вузов. Помимо посещения музеев, театров и иных учреждений культурной сферы, молодежь должна знать основные отраслевые предприятия собственного региона и их продукцию, что в целом повысит уровень их информированности, кругозор и интеллектуальный потенциал. Тем более что в России и ее регионах весьма остро стоит вопрос о необходимости высококвалифицированных специалистов и для предприятий промышленной сферы.

Проблемы профориентационного развития молодежи были исследованы в работах Ю.А. Сардушкиной [1,2], Т.В. Симоновой¹, Е.В. Варавченко, Е.А. Кавтя [3], Е.А. Ведерниковой [4], А.Г. Антипьева [5]. Региональные особенности профориентационного развития нашли свое отражение в работах Ли Куан Ю [6], В.И. Тарлавского [7, 8], Г.Р. Таишевой, И.Ш. Давыдовой [9], Р.И. Ильясова [10], Н.С. Дорошенко [11]. Влиянии профориентационных мероприятий на выбор профессии исследовано в трудах И.Р. Новик, И.А. Ворониной, А.В. Сидоровой, И.В. Леоновой [12], А.С. Сугрובהвой²,

¹ Симонова Т.В. Развитие форм профориентационной работы с обучающимися в соответствии с социальным заказом: материалы международной научно-практической конференции «Проблемы формирования ценностных ориентиров в воспитании сельской молодежи». Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2014. С. 244–246.

² Сугрובהва А.С. Стажировочная площадка как интерактивная форма профориентационной работы вуза: материалы международной научно-практической конференции «Человек, общество и государство в современном мире». Пенза: Изд-во ПГТУ, 2016. С. 307–311.

Н.А. Чаус³. Вопросы наставничества и использования ресурсов освещали в своих работах А.А. Шевьева [13], В.С. Бутенко, О.С. Бутенко [14], Ю.В. Платонова⁴, О.А. Роут⁵, Г.С. Жигаленковой [15].

Причины организации таких экскурсий на предприятия состоят в необходимости устранения ошибочной важности в сознании людей таких понятий, как «посредничество», где нет прибавочного продукта, и понимания важности таких понятий, как «продукт», «производство». Данное положение особенно ярко отражено в китайской модели развития экономики, а также в международном движении WorldSkills. Создание таких программ возможно только при условии ответной реакции производственных предприятий крупного, среднего и малого бизнеса, заинтересованных в сотрудниках рабочих специальностей.

Для привлечения молодежи предприятиям необходимо создавать экскурсионно-смотровые программы полного цикла производства – от сырья до готового изделия, а также экскурсии в музеи трудовой славы, тем самым формируя положительный имидж предприятия в глазах молодежи. Особенно важно рассказывать о продукции и ее роли в исторических событиях (к примеру, какую

³ Чаус Н.А. Профориентационная деятельность: состояние и перспективы развития в системе современного образования // Альманах современной науки и образования. 2017. № 3. С. 94–96.

⁴ Платонова Ю.В. Профориентационная работа в условиях модернизации российского образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы». Красноярск, 2015. С. 152–158.

⁵ Роут О.А. Профессиональное просвещение как эффективный метод современной профориентации обучающихся: материалы II международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты». Воронеж: Изд-во ВЭПИ, 2014. С. 56–61.

роль предприятия и его продукция выполняли в годы Великой Отечественной войны), таким образом, вызывая к патриотическим чувствам у подрастающего поколения. Со стороны школ, колледжей и вузов требуется организация групп учащихся и выбор предприятий для посещения. Еще одним важным моментом экскурсионно-ознакомительной программы является то, что она должна стать стадией, предшествующей учебной и производственной практикам, в процессе которых учащийся попадает на предприятие в группах, не имея возможности узнать об иных производствах, следствием чего является слабая заинтересованность и мотивация в работе.

Анализ ситуации в области знаний обучающихся (начиная с седьмых классов общеобразовательных школ, колледжей и заканчивая студентами 1–2 курсов высшего профессионального образования) об основных производственных предприятиях и их продукции может способствовать в решении вопросов:

- 1) расширения кругозора знаний по отраслевым предприятиям региона и знаний региональных продуктов;
- 2) организации производственных практик в специальных и высших учебных заведениях;
- 3) организации экскурсионно-ознакомительных площадок на предприятиях и организации экскурсий на эти предприятия в более широком диапазоне посещающих.

Идея данного анализа направлена на решение проблем отсутствия знаний у целевой аудитории своих региональных производств как возможных мест работы и выбора профессии в будущем, повышения интереса молодежи к специальностям производственного характера и расширения кругозора обучающейся молодежи в потенциальных специальностях на предприятиях региона, раннего профориентационного определения и последующего трудоустройства.

Объектом исследования являлся контингент обучающихся, начиная с седьмых классов общеобразовательных школ, колледжей и заканчивая студентами первых-вторых курсов высшего профессионального образования.

Предмет исследования – знания о производственных предприятиях региона и г. Казани как основы для создания экскурсионно-ознакомительных программ полного цикла производства на предприятиях региона. Исследование апробировано в общеобразовательных школах, в колледжах и вузах Казани.

В процессе работы были решены следующие задачи.

1. Рассмотрены основные проблемы – причины необходимости внедрения в образовательный процесс экскурсионно-ознакомительных программ полного цикла производства.
2. Предложены варианты тем экскурсионных программ полного цикла производства.
3. Указано место экскурсионно-ознакомительных программ в системе сквозного образования (уточнено, что оно должно предшествовать учебным и производственным практикам).
4. Поднят вопрос о функционировании производственных музеев трудовой славы как альтернативы культурно-развлекательным мероприятиям, проводимым в рамках учебы в школах, колледжах и вузах.
5. Данное исследование содержит положительные примеры предлагаемой траектории движения.
6. Проведена апробация основной идеи исследования с использованием метода опроса целевых групп.
7. Предложен механизм возможного взаимодействия предприятий с учебными учреждениями.

Новизна исследования состоит в создании на производственных предприятиях

экскурсионно-ознакомительных программ и площадок для учащихся «Полный цикл производства», которые можно использовать как интеграцию производства в учебный процесс. Их тесная взаимосвязь должна повысить заинтересованность учащихся к производству, вызвать интерес к рабочей специальности, вовлечь их в научно-техническое творчество и мотивировать на раннее профориентационное определение. Перспективная цель исследования – изменение траектории движения сознания молодежи с осязаемых для восприятия отраслей и сфер (таких, как торговля, сфера услуг, культура и т.п.) и воспринимаемых ими как относительно известные и потому пригодные для реализации своих возможностей, на производственные отрасли.

В работе использовался метод анкетирования целевых групп.

Наряду с посещениями музеев, театров и иных учреждений культурной сферы молодежь должна знать и ориентироваться в главных отраслевых предприятиях собственного региона и их основной продукции. Это повысит в целом их уровень информированности, кругозор и интеллектуальный потенциал, положит начало раннему профориентационному определению. Организация экскурсионных программ на предприятия с осмотром полного цикла производства позволит решить проблемы, стоящие не только перед сферой образования, но и задачи молодежной политики, ориентацию на рабочие специальности (рис. 1).

Очень часто люди, начав учиться или работать, понимают, что выбрали для себя не ту специальность. От ошибки никто не застрахован, но все равно, прежде чем принять окончательное решение в выборе профессии, нужно проанализировать все варианты заранее. Именно поэтому, уже начиная с учеников седьмых классов общеобразовательных школ, следует наглядно показывать, что собой представляет то или иное предприятие, поскольку именно в

седьмых-восьмых классах школьники начинают задумываться о будущей профессии. Студентам колледжей также полезны данного рода экскурсии, так как учащиеся могут увидеть на примере, кем они станут, когда начнут работать по специальности. В вузе решается несколько иная проблема, поскольку зачастую после общеобразовательных школ ученики приходят с «нулевыми» знаниями об основных предприятиях региона, не все учащиеся знают основные отрасли промышленности своей республики. Именно поэтому для студентов первых-вторых курсов вузов будут полезны данные мероприятия непосредственно перед учебной и производственной практиками. Это также решит проблему (главным образом, преподавателей) по поиску места практики для студента.

На наш взгляд, увидеть своими глазами полный цикл производства какой-либо продукции, например шампуня, это не только очень интересно, но и полезно. Молодежь должна видеть, как сырье и материалы превращаются в готовый продукт, пригодный к потреблению.

Полный цикл производства на реальном примере позволит сформировать определенное мировоззрение о том, что «булки не растут на деревьях», а собственно производство продукции – это весьма интересный процесс.

В рамках данного исследования мы предлагаем ряд примеров возможных программ применительно к промышленным предприятиям Казани и Республики Татарстан:

- 1) «Как производятся стеклопластиковые трубы высокого давления для обустройства нефтегазовых месторождений и НКТ?» (Завод стеклопластиковых труб);
- 2) «Как производятся бинокли?» (Казанский оптико-механический завод);
- 3) «Как производится мебель?» (Казанская мебельная фабрика, мебельная фабрика

- «Березка», фабрика мягкой мебели DE MARCA); затрагивающей профориентационное определение молодежи.
- 4) «Как производятся лекарственные препараты?» (Казанская фармацевтическая фабрика); Однако такая политика должна начинаться не к моменту окончания вуза, когда студент часто выбирает направление, не соответствующее его образованию, а в период обучения, когда можно изначально подготавливать и развивать профориентационное направление, выбранное самим школьником, учащимся колледжа и студентом. Помимо культурно-развлекательных заведений, куда обычно ходит учащаяся молодежь, производственные предприятия могут стать достаточно интересным местом посещения не только для учащихся. Например, в Нидерландах широко развиты экскурсионные программы на пивоваренный завод AMSTEL (с просмотром полного цикла производства) или на ювелирный завод (с ознакомлением с технологией огранки камней и производства ювелирных украшений). В случае с производством продуктов питания примером может стать экскурсия на фермерские хозяйства или пищевые перерабатывающие предприятия. В связи с изучением обозначенной проблемы нами был проведен опрос (опросный лист приведен в *Приложении 1*) среди учеников общеобразовательных школ (выборка составила 270 чел.). Статистика осведомленности учеников общеобразовательных школ о предприятиях на территории своего региона следующая: не знают ни одного – 180 чел.; слышали об одном – 20; о двух – 20; о трех – 10; о четырех предприятиях – 40 чел.
- 5) «Как делают зубные боры?» (Казанский медико-инструментальный завод);
- 6) «Как производится кирпич?» (Казанский комбинат строительных материалов);
- 7) «Как производятся карамельные конфеты?» (Казанская кондитерская фабрика «Заря»);
- 8) «Как производятся ювелирные изделия?» (Казанский ювелирный завод);
- 9) «Как производятся вертолеты?» (Казанский вертолетный завод);
- 10) «Как производятся военные и гражданские самолеты?» (Казанское авиационное производственное объединение им. С.П. Горбунова);
- 11) «Как производятся бумага и картон?» (Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат);
- 12) «Как добывается и перерабатывается в бензин нефть?» (Нижнекамский нефтеперерабатывающий завод);
- 13) «Как производится ремонт судов всех типов и классов?» (Чистопольский судоремонтный завод);
- 14) «Как производятся наручные часы?» (Чистопольский часовой завод «Восток»);
- 15) «Как делают мыло?» (ОАО «Аромат»);
- 16) «Как упаковываются молоко и сметана?» (Зеленодольский молочный комбинат).
- И это далеко не весь список промышленных предприятий и возможных программ, которые можно реализовать на территории Республики Татарстан. За этими достаточно простыми названиями скрывается серьезная работа предприятий, которые должны быть заинтересованы в создании собственного сегмента молодежной политики,
- Примерно так же обстоит дело с осведомленностью учеников общеобразовательных школ о продукции предприятий на территории своего региона: не знают ни одного наименования – 160 чел.; назвали одно – 20; два – 41; три – 39; перечислили четыре наименования местной продукции – 10 чел.
- На вопросы о желании узнать ближе производство продукта большинство опрошенных школьников ответили утвердительно (77,7%), около 1/5 – отрицательно (18,5%), и совсем небольшая часть затруднилась с ответом (3,7%). Из всех

опрашиваемых 81,4% поддержали инициативу организовать экскурсии на заводы.

По результатам опроса студентов первого курса колледжей о предприятиях на территории своего региона выявлена следующая статистика: назвали одно предприятие – 39 чел.; два – 21; три – 70; четыре – 40; пять – 40; шесть – 10; семь – 20; знают о более восьми предприятиях своего региона – 50 чел. Как минимум два вида местной продукции знают 30 чел.; три – 70; четыре – 31; пять – 29; шесть – 40; семь – 20; восемь – 22; девять и более наименований продукции знают 48 чел.

Результаты опроса показали, что 230 из 290 студентов колледжа (79,3%) хотели бы узнать, как производятся продукты и сходили бы на экскурсию на предприятия, если бы была такая возможность. Оставшиеся 20,7% не определились с этим желанием.

Результаты опроса 320 студентов вуза следующие. Знают по крайней мере о трех предприятиях на территории своего региона 10 чел.; о четырех – 20; о пяти – 31; о шести – 49 о семи – 70; о восьми – 63; о девяти – 37. Назвали более 10 предприятий 40 чел.

Осведомлены о четырех наименованиях продукции предприятий на территории региона 10 чел.; о пяти – 28; о шести – 52; о семи – 40; о восьми – 60; о девяти – 59; о десяти – 31; назвали более 11 видов продукции 40 чел.

При этом 87% опрошенных студентов имеют примерное представление о промышленности региона и желают пойти на экскурсии в промышленные предприятия, 13% студентов не определились с ответом.

Данный анализ показал новое направление в области интересов у исследуемого контингента молодежи. Наше исследование подтверждает наличие интереса, а значит, возможного спроса на экскурсионно-ознакомительные программы. Заставляет задуматься доля незаинтересованной части молодежи, которая не имеет желания получать подобную информацию, кроме того, можно

сделать вывод о том, что с ними вовремя не была проведена соответствующая работа.

Механизм работы экскурсионно-ознакомительных программ в системе образования требует прохождения следующих этапов (рис. 2):

- создание банка заявок «Экскурсионно-ознакомительные площадки производственных предприятий» на ресурсе, доступном каждому заинтересованному человеку, например на республиканском сайте «Портал государственных и муниципальных услуг»⁶;
- разработка предприятиями интересных, привлекательных программ для обучающейся молодежи, отправка заявок на сайт;
- выбор учебными заведениями (школами, колледжами и вузами) на сайте предоставленных там программ;
- организация экскурсий на предприятия согласно предоставленному выбору.

Для успешного функционирования данного механизма предприятиям и образовательным организациям необходимо предусмотреть систему безопасности при проведении экскурсий, согласовать инструкции по технике безопасности, иметь в наличии спецодежду для учащихся (халаты, бахилы, шапочки, каски и пр.).

Согласно Статистическому регистру хозяйствующих субъектов по видам деятельности, на начало 2018 г. на территории Республики Татарстан расположено более 10 000 предприятий обрабатывающего производства (индустрия в целом), в том числе 479 предприятия производства и распределения электроэнергии, газа и воды (энергетика) и 2 349 сельхозпроизводителей (агропромышленный комплекс). Исходя из этого, стоит задуматься о важности повышения уровня информированности целевого контингента, в особенности подрастающего поколения, о производственных предприятиях, а также

⁶ Портал государственных и муниципальных услуг Республики Татарстан. URL: <https://uslugi.tatarstan.ru>

о необходимости воспитания молодежи и стимулирования заинтересованности к знакомству с полным циклом производства, к производственным, рабочим специальностям, раннему профориентационному определению.

Создание на производственных предприятиях экскурсионных программ для учащихся «Полный цикл производства» можно использовать как интеграцию производства в учебный процесс, их тесная взаимосвязь повысит заинтересованность в производстве продукта, интерес к рабочей специальности. Анализ показал незнание целевой аудиторией региональных производств и производимой ими продукции, однако положительным результатом является то, что целевая аудитория пойдет на экскурсии на заводы, если их организовать. Предприятиями должна быть проделана серьезная работа, так как именно они должны быть заинтересованы в создании подобного сегмента молодежной политики, затрагивающего профориентационное направление.

В целях внедрения данного исследования необходимо провести мониторинг имеющихся предприятий, готовых к интеграции с учебными заведениями и имеющих соответствующую производственную базу, а также заинтересованных в сотрудниках рабочих специальностей.

Важно изменить сознание молодежи с осязаемых для восприятия отраслей и сфер (торговля, сфера услуг, культура и т.п.) и воспринимаемых ими как относительно известные и потому возможные для реализации своих возможностей, на пока что закрытые положениями об охране, инструкциями и т.п.

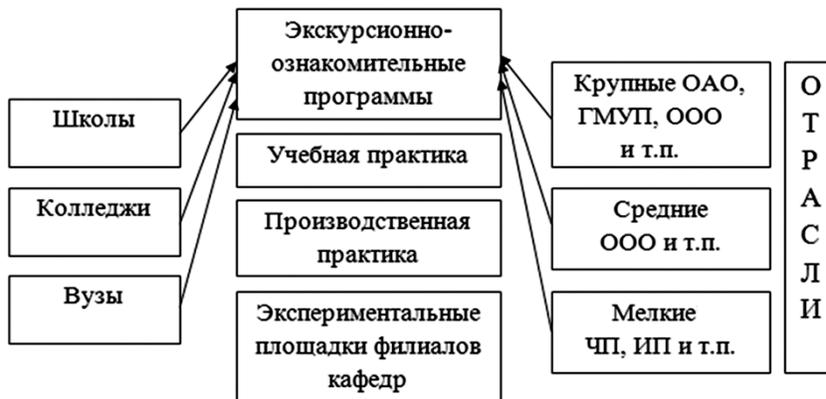
Если производство будет доступно для понимания, осязания и восприятия технологических процессов, то интерес к нему возрастет и одновременно с этим расширится кругозор, повысится чувство патриотизма и гражданской ответственности, вырастет интеллектуальный потенциал молодежи.

Рисунок 1

Место экскурсионно-ознакомительных программ в сквозной системе образования

Figure 1

The place of introductory tours as part of learning walkthroughs



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2

Механизм работы экскурсионно-ознакомительных программ в сквозной системе образования

Figure 2

The mechanism for introductory tours as part of learning walkthroughs



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Приложение 1
Опросный лист

Appendix 1
Questionnaire

1. Знаете ли вы, какие предприятия расположены на территории Республики Татарстан? (*напишите их названия*)
2. Знаете ли вы названия предприятий, расположенных в вашем городе? (*напишите их названия*)
3. Перечислите продукцию, созданную предприятиями, находящимися на территории Республики Татарстан.
4. Перечислите продукцию, созданную предприятиями в вашем городе.
5. Каким продуктом отечественного производства вы пользуетесь наиболее часто?
6. Хотели ли бы вы узнать, как производят этот (или иной) продукт?
7. Хотели ли бы вы узнать, как устроено массовое производство мыла, печется хлеб, делаются целлофановые пакеты, кирпичи, ювелирные украшения и т.п.?
8. Хотели ли бы вы, чтобы вам организовали экскурсию на промышленное предприятие?

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Сардушкина Ю.А.* Развитие умения делать выбор как основной элемент профориентационной работы // Вестник Владимирского государственного гуманитарного университета. 2011. № 9. С. 142–146.
2. *Сардушкина Ю.А.* Роль профильного обучения в развитии системы профориентационной работы среди учащихся старших классов // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2011. № 11. С. 96–100.
3. *Варавченко Е.В., Кавтя Е.А.* Формирование у учащихся осознанного подхода к выбору профессии // Образование и воспитание. 2017. № 3-11. С. 9–13.
4. *Ведерникова Е.А., Симонова Г.И.* К вопросу об эффективности профориентационной работы в развитии представлений старшеклассников о перспективах своего профессионального образования // Концепт. 2015. Т. 32. С. 11–15. URL: <https://e-koncept.ru/2015/95539.htm>
5. *Антипов А.Г.* Профориентация молодежи в современном российском обществе: состояние и пути развития // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 2. С. 141–150. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/proforientatsiya-molodyozhi-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve-sostoyanie-i-puti-razvitiya>
6. *Ли Куан Ю.* Сингапурская история 1965–2000 гг.: из третьего мира в первый. М.: МГИМО–Университет, 2001. 657 с.
7. *Тарлавский В.И.* Стратегия развития профориентационного потенциала региона: определение и целеполагание // Казанский педагогический журнал. 2016. № 4. С. 43–49.
8. *Тарлавский В.И.* Кластерный подход к развитию профориентационного потенциала региона // Фундаментальные исследования. 2014. № 11-3. С. 639–643.

9. *Таишева Г.Р., Давыдова И.Ш.* Теоретико-методические подходы к оценке потенциала выживания предприятия // *Транспортное дело России*. 2011. № 10. С. 142–144.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/teoretiko-metodicheskie-podhody-k-otsenke-potentsiala-vyzhivaniya-predpriyatiya>
10. *Ильясов Р.И.* Профессиональная ориентация: организационные аспекты // *Вестник Университета (Государственный университет управления)*. 2011. № 10. С. 51–53.
11. *Дорошенко Н.С.* Специальные мероприятия как эффективный PR –инструмент для осуществления профориентационной деятельности в вузе // *Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития*. 2015. № 21. С. 46–50.
12. *Новик И.Р., Воронина И.А., Сидорова А.В., Леонова И.В.* Роль профориентационных мероприятий для школьников в развитии индивидуальных качеств учащихся // *Проблемы современного педагогического образования*. 2017. № 55-6. С. 134–143.
13. *Щевьева А.А.* Наставничество как элемент системы повышения эффективности использования кадровых ресурсов предприятия // *Сервис в России и за рубежом*. 2010. № 3. С. 213–223.
14. *Бутенко В.С., Бутенко О.С.* Наставничество как форма непрерывного образования и профессиональной самореализации // *Гуманитарные и социальные науки*. 2012. № 4. С. 248–255.
15. *Жигаленкова Г.С.* Наставничество на промышленном предприятии: методика оценки // *Инновационная деятельность*. 2013. № 1-1. С. 19–24.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

ARRANGEMENT FOR PRODUCTION PLANT INTRODUCTORY TOURS IN THE REGION AS A FACTOR FOR ENHANCING THE PRESTIGE OF WORKING PROFESSIONS AMONG STUDENTS OF SECONDARY, SECONDARY VOCATIONAL AND HIGHER SCHOOLS

Guzel' R. TAISHEVA^{a*}, El'za R. ISMAGILOVA^b, Yuliya N. SHAIKHUTDINOVA^c

^a Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
taishevag@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-1879-5222>

^b Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
elza1404@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2740-2443>

^c Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
silvershell@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1359-0452>

* Corresponding author

Article history:

Received 25 April 2018
Received in revised form
18 May 2018
Accepted 6 June 2018
Available online
15 August 2018

JEL classification: I02, I25,
I28

Keywords: career guidance,
self-determination, production
site, tour

Abstract

Importance Studying issues of early professional self-determination among students induces the creation of production plant tours to spur the interest in production professions and help students make informed decisions on their future professions. In this respect, it is reasonable to determine how much students know about production plants of their native areas as the basis for organizing walking tours around the full production cycle at the region's enterprises.

Objectives The research analyzes what pupils at high secondary schools, colleges and first-year students of higher schools know about key production enterprises of the region and their products.

Results We examine the premises for implementing introductory and learning programs and propose how such programs could be called. We also indicate the significance of such introductory tour programs as part of learning walkthroughs. The article also shows the role of such introductory tour programs at the region's enterprises as part of career guidance and educational work with students. We also raise the issue of production museums of professional achievements as an alternative to cultural and entertaining activities held at schools, colleges and universities. We tested the key idea of the research by surveying the target audience.

Conclusions and Relevance It is important and timely to create introductory tours at regional production enterprises for students as they combine the productive and educational processes. The close relationship between learning and production should make students more interested in *blue-collar work*, involve them into scientific and technological processes, and motivate for an early choice of profession, igniting their interest in the history and economy of their country.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2018

Please cite this article as: Taisheva G.R., Ismagilova E.R., Shaikhutdinova Yu.N. Arrangement for Production Plant Introductory Tours in the Region as a Factor for Enhancing the Prestige of Working Professions among Students of Secondary, Secondary Vocational and Higher Schools. *National Interests: Priorities and Security*, 2018, vol. 14, iss. 8, pp. 1566–1578.
<https://doi.org/10.24891/ni.14.8.1566>

References

1. Sardushkina Yu.A. [Development of ability to make a choice as the main element of professional guidance]. *Vestnik Vladimirskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta = Bulletin of Vladimir State University for the Humanities*, 2011, no. 9, pp. 142–146. (In Russ.)
2. Sardushkina Yu.A. [The role of vocational training in the development of the career guidance system among high school students]. *Problemy i perspektivy razvitiya obrazovaniya v Rossii = Problems and Prospects of Education Development in Russia*, 2011, no. 11, pp. 96–100. (In Russ.)
3. Varavchenko E.V., Kavtya E.A. [Raising an informed approach to a choice of profession among students]. *Obrazovanie i vospitanie = Education and Personal Development*, 2017, no. 3-11, pp. 9–13. (In Russ.)
4. Vedernikova E.A., Simonova G.I. [To the question about the effectiveness of career guidance in the development of the ideas of senior pupils about the prospects of their professional education]. *Kontsept*, 2015, vol. 32, pp. 11–15. (In Russ.)
URL: <https://e-koncept.ru/2015/95539.htm>
5. Antip'ev A.G. [Professional orientation of young people in modern Russian society: Condition and ways of development]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl' = Historical and Social-Educational Idea*, 2012, no. 2, pp. 141–150.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/proforientatsiya-molodyozhi-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve-sostoyanie-i-puti-razvitiya> (In Russ.)
6. Lee Kuan Yew. *Singapurskaya istoriya 1965–2000 gg.: iz tret'ego mira v pervyi* [From Third World to First: The Singapore Story – 1965–2000]. Moscow, MGIMO–University Publ., 2001, 657 p.
7. Tarlavskii V.I. [The development strategy of the region's potential professional orientation: The definition and goal setting]. *Kazanskii pedagogicheskii zhurnal = Kazan Pedagogical Journal*, 2016, no. 4, pp. 43–49. (In Russ.)
8. Tarlavskii V.I. [The cluster approach to the development of the vocational potential of the region]. *Fundamental'nye issledovaniya = Fundamental Research*, 2014, no. 11-3, pp. 639–643. (In Russ.)
9. Taisheva G.R., Davydova I.Sh. [Theoretic approaches to the assessment of potential for survival enterprise]. *Transportnoe delo Rossii = Transport Business of Russia*, 2011, no. 10, pp. 142–144.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/teoretiko-metodicheskie-podhody-k-otsenke-potentsiala-vyzhivaniya-predpriyatiya> (In Russ.)
10. Il'yasov R.I. [Vocational counseling: Organizational aspects]. *Vestnik Universiteta*, 2011, no. 10, pp. 51–53. (In Russ.)
11. Doroshenko N.S. [Special measures as an effective PR tool to maintain the career development course in higher school]. *Ekonomika i upravlenie v XXI veke: tendentsii razvitiya = Economics and Management in the 21st Century: Development Trends*, 2015, no. 21, pp. 46–50. (In Russ.)
12. Novik I.R., Voronina I.A., Sidorova A.V., Leonova I.V. [The role of career guidance activities for students in the development of individual qualities of students]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of Modern Pedagogical Education*, 2017, no. 55-6, pp. 134–143. (In Russ.)
13. Shchev'eva A.A. [Mentoring as part of the system for enhancing the use of human resources]. *Servis v Rossii i za rubezhom = Services in Russia and Abroad*, 2010, no. 3, pp. 213–223. (In Russ.)

14. Butenko V.S., Butenko O.S. [Mentoring as a form of continuing education and professional self-fulfillment]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki = The Humanities and Social Sciences*, 2012, no. 4, pp. 248–255. (In Russ.)
15. Zhigalenkova G.S. [Mentoring at an industrial enterprise: Assessment techniques]. *Innovatsionnaya deyatel'nost' = Innovative Activities*, 2013, no. 1-1, pp. 19–24. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.