

DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-4-594

УДК 378:377.031:37.035.2:330



Научная статья | Методология и технология профессионального образования

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЭКОНОМИКЕ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКОГО ВУЗА

Н.М. Сажина, И.С. Лебедева

Обоснование. Среди ключевых трендов, влияющих на образование сегодня, выделяются: «массовизация» и интернационализация образования, турбулентность мировой экономики, «цифровая революция», технологические инновации. Геймификация стала популярным инструментом решения разнообразных задач разной степени сложности и сегодня уверенно применяется во сферах, включая бизнес, управление персоналом, здравоохранение, образование.

Цель – рассмотреть возможности применения геймификации в преподавании экономики студентам медицинского вуза.

Материалы и методы. При работе над статьей применялись анализ источников, содержащих опыт применения геймификации отечественными и зарубежными учеными, обобщение и систематизация полученных результатов, моделирование учебного процесса, педагогический эксперимент по модификации имеющихся экономических игр и применению их на практических занятиях по экономике, наблюдение за поведением студентов на занятиях с применением игровых технологий, анализе результатов применения игр.

Результаты. Характеристики поколений отличаются в разных странах в зависимости от экономических, социальных, политических и других условий развития общества. С учетом этих характеристик меняются образовательные стандарты и технологии преподавания. Образовательные технологии, используемые в процессе преподавания экономики студентам поколения «Y» потребовали существенных

доработок для преподавания студентам поколения «Z». Идею применения игровых технологий, активно применяемую в наше время, нельзя назвать абсолютно новой. О необходимости игр в обучении говорили классики педагогики Ушинский К.Д. и Сухомлинский В.А. Авторами был проведен педагогический эксперимент по внедрению геймификации в преподавание экономики студентам медицинского вуза. В медицинском университете студенты изучают экономику на младших курсах, когда сами еще находятся на иждивении и за редкими исключениями не имеют опыта самостоятельного заработка. Применение игр, распространенных в преподавании экономики в профильных экономических вузах, предполагает сформировавшееся экономическое мышление и базу знаний. Для студентов медицинского вуза инструменты геймификации требуют существенной адаптации и доработки. Также внедряя в процесс обучения игры необходимо учитывать различное восприятие студентами поколений «Y» и «Z». Для поколения «Z» ближе компьютерные игры и соответственно появляются возможности их применения в образовании. Однако как показал эксперимент эти студенты охотно принимают участие и проявляют интерес на занятиях с применением классических принципов настольных игр. В результате разработаны подходы к внедрению геймификации в преподавание экономики студентам медицинского вуза. Проведен анализ геймификации как инструмента развития интереса и мотивации студентов с учетом теории поколений. В рамках геймификации были модифицированы и апробированы настольные игры, что позволило сформировать у студентов навыки применения экономических знаний в будущей профессиональной деятельности, включая коммерциализацию научных разработок.

Ключевые слова: геймификация; игра; поколения; рейтинговая система, учебная деятельность; мотивация; инструменты геймификации; игровые механики

Для цитирования. Сажина Н.М., Лебедева И.С. Возможности применения геймификации при обучении экономике студентов медицинского вуза // *Russian Journal of Education and Psychology*. 2024. Т. 15, № 4. С. 168-195. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-4-594

Original article | Methodology and Technology of Vocational Education

POSSIBILITIES OF USING GAMIFICATION IN TEACHING ECONOMICS TO MEDICAL UNIVERSITY STUDENTS

N.M. Sazhina, I.S. Lebedeva

Background. *Among the key trends influencing education today, the following stand out: “massification” and internationalization of education, turbulence of the world economy, “digital revolution”, technological innovation. Gamification has become a popular tool for solving various problems of varying degrees of complexity and today is confidently used in areas including business, personnel management, healthcare, and education.*

The purpose is to examine the application of gamification in teaching economics to medical students.

Materials and methods. *When working on the article, we used an analysis of sources containing experience in the use of gamification by domestic and foreign scientists, generalization and systematization of the results obtained, modeling of the educational process, a pedagogical experiment on modifying existing economic games and using them in practical classes in economics, observation of behavior students in classes using gaming technologies, analyzing the results of using games.*

Results. *The characteristics of generations differ in different countries depending on the economic, social, political and other conditions of the development of society. Taking these characteristics into account, educational standards and teaching technologies are changing. Educational technologies used in the process of teaching economics to students of generation “Y” required significant improvements for teaching to students of generation “Z”. The idea of using gaming technologies, which is actively used in our time, cannot be called completely new. The classics of pedagogy K.D. Ushinsky and Sukhomlinsky V.A. spoke about the need for games in learning. The authors conducted a pedagogical experiment on introducing gamification into the teaching of economics*

to medical university students. At a medical university, students study economics in their junior years, when they themselves are still dependent and, with rare exceptions, have no experience of earning money on their own. The use of games, common in teaching economics at specialized economic universities, presupposes a well-developed economic thinking and knowledge base. For medical students, gamification tools require significant adaptation and refinement. Also, when introducing games into the learning process, it is necessary to take into account the different perceptions of students of generations “Y” and “Z”. Generation Z is closer to computer games and, accordingly, there are opportunities for their use in education. However, as the experiment showed, these students willingly take part and show interest in classes using the classical principles of board games. As a result, approaches to introducing gamification into teaching economics to medical university students have been developed. An analysis of gamification as a tool for developing interest and motivation of students was carried out, taking into account the theory of generations. As part of gamification, board games were modified and tested, which allowed students to develop skills in applying economic knowledge in future professional activities, including the commercialization of scientific developments.

Keywords: *gamification; game; generations; rating system; educational activities; motivation; gamification tools; game mechanics*

For citation. *Sazhina N.M., Lebedeva I.S. Possibilities of Using Gamification in Teaching Economics to Medical University Students. Russian Journal of Education and Psychology, 2024, vol. 15, no. 4, pp. 168-195. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-4-594*

Введение

Современные отечественные и зарубежные ученые (Конанчук Д., Волков А., Селевко Г.К., Антоновский А.В., Жуйкова С.А., Карпенкова Н.В., Емельяненко В. Д., Yu-Kai Chou и др.) говорят о необходимости внедрения геймификации в образовательный процесс для повышения его эффективности и рассматривают различные его аспекты. Однако практика применения игр в педагогике не нова и

об этом писали выдающиеся русские педагоги Сухомлинский В.А. и Ушинский К.Д. Цифровизация всех сфер жизни, в том числе и образования позволила применить новый инструментарий, по другому взглянуть на компьютерные игры показав их возможности для образования. Чтобы геймифицировать процесс, необходимо учитывать мотивы и через них подбирать соответствующие механики. Интерактивные методы способствуют усвоению полученных знаний посредством взаимодействия обучающихся друг с другом. Это коллективные формы обучения, где преподаватель выступает координатором процесса, а не ключевой фигурой. В имитационных играх обучающиеся начинают понимать, для чего им реально нужны полученные знания и умения. Геймификация пересекается с традиционными, в том числе настольными играми и с деловыми играми в ряде позиций, но есть и отличия. Есть существенные различия между понятиями: игровой подход и геймификация. Для создания сбалансированного геймифицированного процесса необходимо управлять мотивацией игроков всех типов.

Преподавание экономики в КубГМУ началось с 2008 г., когда прошел первый электив для студентов 4-5 курсов и было подготовлено первое учебное пособие «Предпринимательская деятельность в здравоохранении». С принятием новых образовательных стандартов дисциплина преподается студентам на первом курсе.

Студентами, посещающими первый электив, были люди 1986-1987 гг. рождения. Студенты, изучающие экономику сегодня – это люди 2004-2006 гг. рождения. Восприятие информации, самосознание, развитие личности, условия жизни у этих групп людей совершенно разные. Следовательно, по-разному должно строиться и преподавание дисциплины.

В 1991 году в США вышла книга учёных-социологов Уильяма Штрауса и Нила Хау «Поколения» («Generations»). В своей книге на основе исторического анализа авторы показали цикличность в развитии общества и представили классификацию поколений людей и их различное отношение к жизни. [5] Теория получила широкое распространение во многих странах мира, в том числе и в России.

Однако больше заинтересовала маркетологов и специалистов по подбору персонала. Людей, родившихся в 1981 г. и оканчивающих среднюю школу в 2000 г. У. Штраус и Н. Хау отнесли к «Миллениалам» (англ. Millennials) [5].

Характеристики поколений отличаются в разных странах в зависимости от экономических, социальных, политических и других условий развития общества. У последователей теории Поколений временной период несколько изменился и появилось второе название – поколение «Y». Обобщенно «Милениалы» или «Игреки» – это дети конца XX века, в их школьные годы появились компьютеры, приставки и интернет. В 2000-е для них в быт вошли видеоигры, сеть стала естественной средой обитания, они быстро осваивали банковские пластиковые карты и новые платежные технологии. Многие из них добились профессиональных успехов в IT-сфере. В период их взросления в нашей стране происходили значительные изменения в экономической сфере и закономерно, что изучение новой дисциплины (пусть и в виде электива – обязательный для изучения учебный курс, направленность которого обучающийся выбирает самостоятельно) вызвало интерес.

С 2012 г. дисциплина «Экономика» была включена в учебный план, подготовлена рабочая программа для студентов 4 курса. Преподавание строилось по классическим канонам – аудиторная работа, включая лекционные и практические занятия плюс самостоятельная работа. Однако уже в этот период стало очевидным, что просто классической схемы с изучением экономических законов и категорий, построением и анализом графиков, решением расчетных заданий и анализом ситуационных задач будет недостаточно.

Применение игр, распространенных в преподавании экономики в профильных экономических вузах, предполагает сформировавшееся экономическое мышление и базу знаний. Для студентов медицинского вуза инструменты геймификации требуют существенной адаптации и доработки поскольку они изучают экономику на младших курсах, когда сами еще находятся на иждивении и, за редкими исключениями, не имеют опыта самостоятельного заработка. Кроме

того, среди молодежи все чаще отмечается застенчивость, не позволяющая высказать свои (нередко отличные) идеи, и дискомфорт при работе в команде, обусловленный глубоким погружением в виртуальную реальность и дефицитом живого общения.

Изучение игровых механик, обусловленных различными потребностями, позволило применить классические инструменты геймификации, адаптировав их под решение конкретных учебных задач на практических (семинарских) занятиях по экономике.

Материалы и методы

Адекватная оценка технологий геймификации возможна при учете характера студента как типа игрока, степени вовлеченности в процесс, мотивов поведения, а также социальных, экономических и иных условий, в которых осуществляется образование. Сотрудниками КубГМУ было разработано практическое занятие на основе деловой игры, посвященное организации предпринимательской деятельности. Также в образовательном процессе используются деловые игры. Проведен эксперимент с использованием настольных экономических игр «Рынок» и «Монополия». Получены выводы о мотивации студентов к изучению экономики на таких занятиях. Имитационные технологии обучения позволяют приобретать студентам навыки, необходимые для дальнейшей профессиональной деятельности. Неимитационные технологии существенно дополняют возможности усвоения материала.

Проведен анализ имеющихся публикаций исследований по геймификации отечественных и зарубежных специалистов, статей, книг, интернет-ресурсов, позволил получить необходимую информацию по опыту применения геймификации в образовании, интерпретировать данные, полученные в результате анализа опыта проведения практических (семинарских) занятий и получить выводы.

Системный анализ позволил рассмотреть использование различных игр, в том числе деловых и настольных в образовательном процессе не изолированно, а с учетом роли мотивации в формировании мировоззрения и компетенций обучающихся.

Результаты и обсуждение

Сухомлинский В.А. писал: «Тысячу раз сказано: учение – труд, и его нельзя превращать в игру. Но нельзя поставить китайскую стену между трудом и игрой. ... Без игры нет и не может быть полноценного умственного развития. ... Игра – это искра, зажигающая огонек пытливости и любознательности» [22].

Сотрудниками КубГМУ было разработано практическое занятие на основе деловой игры, посвященное организации предпринимательской деятельности. На занятии студенты объединялись в группы по 5-6 человек и как соучредители открывали клиники и медицинские центры по своим профилям (педиатрические, стоматологические, лаборатории и т.д.) в наиболее популярной в текущих реалиях организационно-правовой форме общество с ограниченной ответственностью (ООО). На занятии студенты знакомились с процедурой регистрации ООО, учились составлять необходимые документы, взаимодействуя в команде строили структуру управления, составляли стратегию развития предпринимательской структуры.

На последующих занятиях, посвященных менеджменту и маркетингу, студенты продвигали свой продукт рекламируя и предлагая к приобретению услуги клиник. Занятие проводилось также на основе деловой игры «Равновесие монополии». Цели игры [20]:

1. Усвоить понятия «индивидуальный спрос», «рыночный спрос», «монополия», «выручка», «издержки», «прибыль», «равновесие фирмы», «равновесная цена».
2. Осознать сущность закона спроса.
3. Изучить механизм ценообразования на монополизированном рынке.
4. Приобрести элементарные навыки выявления предпочтений потребителей и рекламирования товара.

Методика проведения этой деловой игры:

1. Выбор продавцов (представители клиник/медицинских центров). Они должны предложить свои товары/услуги и сообщить преподавателю, соблюдая при этом конфиденциальность, значения цен покупки соответствующих товаров и услуг.

2. Преподаватель, обращаясь к оставшимся студентам (группе) объявляет о том, что будут предлагать продавцы – перечисляет товары.

3. Студенты-продавцы рекламируют свой товар перед аудиторией.

4. Проведение дискуссии о возможном диапазоне цены каждого товара. Этот диапазон разбивается на три равные части, получают 4 возможные значения цены (округлить до целых).

5. Преподаватель раздает заранее напечатанные бланки индивидуального спроса. Студенты их заполняют, записывая значения индивидуального спроса.

6. На доске производятся необходимые расчеты для определения равновесной цены первого товара и максимальной прибыли первого продавца, предварительно «рассекретив» цену покупки. Аналогично для оставшихся.

7. Определение продавца с максимальной прибылью – победителя игры.

Сравнивая «секретную» цену, по которой предприниматели были готовы продавать товары, и цены, по которым их были готовы приобрести покупатели, студенты получали оптимальное решение экономических, управленческих и иных задач путем имитации или моделирования хозяйственной ситуации и правил поведения участников.

Игра становится инструментом образования. Игра является приятным и увлекательным занятием для человека в любом возрасте. Играм в теории и методике образования посвящены работы многих ученых, еще в прошлом столетии выдающийся русский педагог и писатель К.Д. Ушинский рекомендовал делать учебный процесс менее монотонным за счет добавления игр и интересных упражнений. В процессе игры происходит познание и развитие: «В играх общественных, в которых принимают участие многие дети, завязываются первые ассоциации общественных отношений» [12, 23, 24].

Селевко Г.К. пишет «В структуру игры как деятельности органично входит целеполагание, планирование, реализация цели, а также анализ результатов, в которых личность полностью реализует себя как субъект. Мотивация игровой деятельности обеспечивается ее добровольностью, возможностями выбора и элементами соревно-

вательности, удовлетворения потребности в самоутверждении, самореализации... Значение игры невозможно исчерпать и оценить развлекательно-рекреативными возможностями. В том и состоит ее феномен, что, являясь развлечением, отдыхом, она способна перерасти в обучение, в творчество...» [21].

Прошло 10 лет, за это время сменилось поколение студентов. На смену «Y» пришло поколение «Z». «Зумеры», или «Z» – люди, рождённые в 1995-2020-х гг. Ученые по-разному определяют этот период, но сходятся во мнении, что «Зумеры» активно используют планшеты, смартфоны и 3D-реальность, они родились в мире, где компьютерные устройства и сеть почти повсеместны. Если прежние поколения, включая большинство «миллениалов», были «цифровыми иммигрантами», пришедшими в мир компьютеров в более или менее сознательном возрасте, то «зумеров» называют «цифровыми аборигенами», родившимися уже в глубоко цифровом мире [3].

Восприятие этих студентов отличное от предшествующих обучающихся. Это учитывают меняющиеся образовательные стандарты. Сегодня реализация компетентностного подхода, предполагает применение интерактивных (неимитационных и имитационных) форм обучения. Сама тема теории поколений стала набирать повышенную популярность примерно с 2016 года – когда первые «зеты» начали достигать совершеннолетия и становились полноправными потребителями товаров и услуг. В 2016 г. вносились изменения и в рабочие программы дисциплин с учетом принятых новых ФГОС 3+.

Интерактивное обучение или «диалоговое обучение» – это метод, в результате которого происходит взаимодействие не только между преподавателем и студентами, но и между группами или отдельными обучающимися.

Имитационные технологии обучения позволяют приобретать студентам навыки, необходимые для дальнейшей профессиональной деятельности [15]. Неимитационные технологии существенно дополняют возможности усвоения материала и помимо визуализации лекций с использованием анимационных методов мультимедийного представления; иллюстративного материала в виде цветных ори-

гинальных слайдов; справочного материал, в виде схем и таблиц; видео некоторых экономических ситуаций включают метод проблемного обучения. В ходе проблемного обучения процесс познания обучающихся приближается к поисковой, исследовательской деятельности, осуществляется в процессе решения учебных проблем [9] (Таблица 1).

Таблица 1.

Технологии обучения

Имитационные	Неимитационные
- игровые (ролевые и деловые игры) - неигровые (индивидуальные задания, решения проблемных ситуаций, решение ситуационных задач и пр.	- групповая дискуссия - семинар-дискуссия - сократическая (эвристическая) беседа - «круглый стол» - мозговой штурм - визуализация, иллюстрирование, видео сопровождение

Благодаря интерактивным методам полученные знания усваиваются посредством взаимодействия обучающихся друг с другом. Методы причисляются к коллективным формам обучения, в процессе которых обучающиеся работают совместно в группе и несут индивидуальную ответственность.

Роль преподавателя в интерактивных методах обучения существенно изменена. Он выступает координатором процесса, а не ключевой фигурой. Его задачей является подготовка интерактивных заданий и тем для обсуждения, консультирование и контроль за выполнением учебного плана. Преподаватель и студенты вступают во взаимодействие и коммуникацию, занимаются обсуждением вопросов, отстаивают личную точку зрения и приходят к компромиссам.

В рамках реализации компетентностного подхода в преподавании дисциплины «Экономика» студентам медицинского ВУЗа используются активные и интерактивные формы, например, проблемные лекции, семинары с применением «мозгового штурма», разбор и решение расчетных комплексных задач экономического характера, консультации в малых группах, расчетные и творческие работы носят исследовательский характер.

Главное преимущество образовательной игры перед традиционным обучением заключается в практике. Особенно это заметно в имитационных играх, здесь обучающиеся начинают понимать, для чего им реально нужны полученные знания и умения. Игра способна за короткое время продемонстрировать усвоенные навыки [19].

Разработанная деловая игра по созданию предпринимательской структуры со временем потребовала существенной доработки. Сегодня студенты КубГМУ не просто пошагово создают свою клинику или медицинский центр, а учатся это делать через портал Госуслуг, разбирают взаимодействие с налоговой службой через личный кабинет налогоплательщика, изучают возможности привлечения дополнительных финансов средств через сервисы Сбербанка и активно используют онлайн-калькуляторы для расчета кредита и инвестиций.

На международном форуме «Глобальное будущее образования» (GEFF – Global Education Futures Forum), стартовавшем в октябре 2014 г. и проходившем весь 2015 г., эксперты пришли к выводу, что классическое образование не удовлетворяет нуждам постиндустриального общества. В числе доминирующих мировых трендов была названа геймификация образования и его ориентированность на использование цифровых технологий.

Соответствие образования современным реалиям постиндустриального общества, его модернизация отражаются на федеральном уровне в реализации в национальном проекте «Образование» (2019-2024 гг.), включающего проект «Цифровая образовательная среда», направленный на повышение качества и доступности образования посредством внедрения в образовательные программы цифровых технологий [25].

Актуализация системы профессионального образования обуславливает необходимость совершенствования учебного процесса в целях повышения качества подготовки выпускников. Методы обучения, сосредоточенные на предметных навыках, часто игнорируют важные компоненты карьерного успеха, такие как лидерство, общение и сотрудничество. О недостатке этих качеств говорят и сами выпускники вузов, и их работодатели.

Один из основоположников современной геймификации Ю-Кай Чоу описывает 8 потребностей, управляющих мотивацией человека [1, 6]. Эти потребности личность может удовлетворить в процессе обучения, если грамотно внедрить в него игровые механики:

1. потребность в ощущении собственной значимости;
2. потребность в достижении успеха;
3. потребность в развитии творческих способностей;
4. потребность в обладании, в ощущении контроля;
5. потребность в общественном влиянии и социальных связях;
6. ограниченность ресурсов и потребность удовлетворить вызванное этим нетерпение;
7. потребность в вовлеченности, удовлетворении любопытства;
8. стремление избегать потерь.

В условиях развития цифровой экономики и информатизации образовательной деятельности геймификация дополняет уже существующие образовательные технологии, перенося акцент на использование в образовании игровых техник. Для нее характерны вовлеченность участников в решение коллективных задач, достижение личных и групповых целей при выполнении курса в виде игры и раскрытие своих способностей в рамках решения командных задач. Эти факторы способствуют формированию у обучающихся актуальных профессиональных компетенции.

Термин геймификация (от англ. «gamification» – игровизация), впервые ввел в 2002 г. американский программист и изобретатель Ник Пеллинг (Nick Pelling), обозначает добавление игровых элементов к чему-либо, что не является игрой [4].

Первыми геймификацию опробовали маркетологи для стимулирования увеличения объемов продаж. Отечественные компании, переняв опыт мировых брендов стали активно использовать игровые технологии, вовлекая своих клиентов, например торговая сеть «Магнит» и маркетплейс «Озон». Также технологии геймификации активно используют HR-специалисты, например команда IT-специалистов «Пряники» предлагает свои разработки для объединения коллектива, повышения KPI. Игровой формат позволяет

сместить акцент на поощрение «сверхусилий», выходящих за рамки стандартного трудового договора и должностной инструкции. Для их оплаты используются разные варианты «валют», например «ежики» в компании «Interpipe», «фришки» в «i-Free» и т.д.

Центр трансформации образования СКОЛКОВО выпустил исследование «Эпоха «гринфилда» в образовании». Конанчук Д. и Волков А. говорят о геймификации как о важной характеристике новой образовательной платформы. [14]

Антоновский А.В. и Жуйкова С.А. полагают, что «в контексте обучения геймификация понимается как определенная технология, связанная с внедрением игровых компонентов в образовательный процесс на основе использования алгоритмов, которые ранее находили применение в различных компьютерных игровых программах» [7].

Геймификация обладает активным неимитационным характером. Учебный процесс, в который внедряются элементы цифровых игровых технологий, трансформирует организационную работу педагога при сохранении содержательного наполнения дисциплины [26].

Решающий момент в успехе образовательно-развлекательной модели – баланс между игровым стимулом и образовательной стратегией [19].

Игровая форма занятий создается на занятиях при помощи игровых приемов и ситуаций, которые выступают как средство побуждения, стимулирования обучающихся к учебной деятельности. Реализация игровых приемов и ситуаций происходит по следующим основным направлениям:

- дидактическая цель ставится перед обучающимися в форме игровой задачи;
- учебная деятельность подчиняется правилам игры;
- учебный материал используется в качестве ее средства, в учебную деятельность вводится элемент соревнования, который переводит дидактическую задачу в игровую;
- успешное выполнение дидактического задания связывается с игровым результатом [21].

По сути, все вузы уже используют геймификацию: технологии виртуальной реальности (VR), дистанционного обучения (E-Learning), система Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) и др. Систему оценивания и приобретения баллов за выполнение учебных заданий и сдачу экзаменов, а также рейтинг студентов, учитывающий участие в научно-исследовательской деятельности, тоже можно назвать геймификацией, ведь она включала элемент развития, продвижения, соревнования.

Хохлакова Ю.М. приходит к выводу, что накопительный характер оценивания образовательных достижений обеспечивает обучающимся определенную долю автономности и снижает экзаменационный стресс, а позитивный принцип начисления баллов (фиксация и последующие суммирование всех заработанных баллов) поддерживает студента, недостаточно успешно справившегося с выполнением того или иного задания [25].

По мнению Липатовой С.Д. рейтинги могут как повысить, так и понизить учебную мотивацию. Геймификация открывает новые возможности использования этого инструмента – можно использовать рейтинг по отдельным видам деятельности или рейтинг личных достижений [16].

Разработчики компьютерных игр указывают на возможности ведущих механик, действующих в играх для включения в образовательную практику. Игру считают эффективной, если она сочетает в себе игровой дизайн, игровую динамику, приемы поведенческой экономики, мотивационной психологии, UX/UI (пользовательского опыта и пользовательского интерфейса), нейробиологии, а также технологические платформы и окупаемость инвестиций [1].

По мнению Акчелова Е.О. и Галанина Е.В., геймифицированный курс непременно должен предусматривать действия обучающихся в виртуальном мире, при этом необходимо обеспечивать понимание ими целей этих действий, истории и происходящих событий, связанных, к примеру, с путешествием персонажа, в ходе которого он развивается, преодолевает препятствия и приобретает новые возможности [8]. Но данные авторы не называют конкретных игровых

действий. И в целом по мнению Хохряковой Ю.М., именно определение и разработка сюжетной линии и игрового дизайна вызывает наибольшие сложности у педагогов, обращающихся к геймификации образовательных курсов [25].

В электронном обучении мировыми лидерами являются образовательные платформы CallidusCloud, Axonify, mLevel, Litmos, GamEffective. Методы этих образовательных платформ, основаны на данных разработчиков компьютерных игр. В них геймификация усиливает образовательный эффект за счет привлекательности игры. Становясь механизмом внедрения цифровых технологий и игровых методов, геймификация использует игровые механики в веб-пространстве, различных приложениях, онлайн-сообществах, завоевывая лояльность и привлекая к участию учеников по всему миру [26].

Орлова О.В. и Титова В.Н. сравнивая геймификацию и другие игровые практики приходят к выводу, что геймификация пересекается с традиционными, в том числе настольными играми в таких позициях, как наличие правил, цели и структуры игры. Отмечают сходства и с деловыми играми: понятная, достижимая, желанная цель, правила ее достижения и пошаговый путь к ней. В деловых играх действие часто происходит в реальной ситуации, но это не обязательное условие, в то время как для геймификации оно обязательно [18].

Несмотря на восприятие сети и цифровизацию как «естественной среды обитания» «зумеры» проявляют интерес и к играм, построенным на «живом» взаимодействии. По собственным наблюдениям авторов, традиционные настольные игры находят даже больший отклик, чем возможность изучения через специальные сайты и сервисы. Этим также пользуются уже упомянутые выше предприниматели, в том числе «Магнит»: в 2020 г. накапливая бонусы за покупки через специальное приложение (элемент геймификации) клиенты могли приобрести настольные игры. Одна из них на основе игры «Монополия» содержала игровое поле похожее на торговый зал сети и товары, продающиеся в этом магазине. Таким образом

через игру происходило обучение процессу покупки и мотивация покупки именно этих товаров [17].

Эти игры в период проведения акции охотно приобретались молодежью, в них увлеченно играли школьники. Наблюдая проявление такого интереса к настольным играм в качестве эксперимента во время изучения экономики студентам КубГМУ было предложено проведение практических (семинарских) занятий на основе игрового метода:

На занятии по теме «Рыночное равновесие. Ценообразование» в качестве основы была взята Экономическая настольная игра «Рынок». На занятии по теме «Конкуренция», помимо уже проводимой деловой игры, была предложена русская версия динамичной игры в торговлю недвижимостью «Монополия». В обеих играх есть игровое поле, игральные фишки и кубики, карточки с заданиями, денежные знаки. Проведем их сравнение (Таблица 2).

Таблица 2.

Сравнительные характеристики настольных игр

Характеристики	Рынок	Монополия
Производитель	Рыжий кот	Monopoly
Тип	настольная игра	настольная игра
Количество игроков	2-8	2-6
Время партии	60-80 минут	20-120 минут
Возраст	от 12 лет	от 8 лет
Язык	русский	русский
Тип игры	семейная, стратегическая, экономическая	для вечеринки, карточная, кооперативная, логическая, развивающая, семейная, стратегическая, экономическая
Цель игры	Игрокам предстоит создать свою собственную финансовую империю и заработать как можно больше денег.	Эта игра, как и другие ее вариации, призвана развить логическое мышление, умение выбирать верную стратегию поведения на рынке недвижимости

В обеих играх используются аналоги денежных знаков. Учитывая, что согласно рабочей программе дисциплины «Экономика» тематика лекций включает в том числе тему «Происхождение, сущ-

ность и функции денег», содержащиеся в игральных наборах денежные знаки с изображением валюты других государств и карточки с цифровым обозначением были заменены на «дубли» – сувенирные карточки похожие на денежные купюры современной России, были откорректированы условия игр так, чтобы цена объектов не противоречила номиналу купюр и сумме в банке.

Обе игры соответствуют тематике занятий дисциплины. Время партии укладывается в длительность занятия – 2 академических часа по 45 минут. В ходе игры преподаватель в качестве ведущего имеет возможность задавать вопросы по тематике занятия и в соответствии с игровой ситуацией тем самым проверяя знания студентов по теме занятия. Опрос, проведенный в такой форме, позволил преподавателю оценить подготовку студентов к занятиям. По полученным отзывам студентов опрос в игровой форме проходил эмоционально легче, чем на обычных занятиях, не было чувства скованности или боязни дать неверный ответ.

В 2022 г. Новосибирскими учеными был выпущен атлас лучших практик, посвященный анализу опыта применения инструментов геймификации в современном образовании. Атлас является отражением дискуссий и обсуждений Всероссийской научно-практической конференции «Научно-методическое обеспечение геймификации в педагогическом образовании», содержит методические материалы к каждой игре и ссылки на карточки и демоверсии игр [19].

Практически любую игру можно адаптировать под условия конкретного занятия, взяв за базу идею и методику и доработав ее под цели и задачи занятия. Однако геймификацию необходимо проводить с учетом особенностей конкретной аудитории. Одна и та же игра может не подойти определенным группам обучающихся. Поэтому всегда необходима адаптация игры под аудиторию и реалии.

Эксперты компании Vitobe, специализирующейся на консультировании организаций по вопросам операционной эффективности, бизнес-трансформаций, организационного развития, управления персоналом и смешанной архитектуры обучения, анализируя целевую аудиторию при разработке геймификации обращаются к классификации исследователя игр Ричарду Алану Бартлу [2].

Модель Бартла состоит из двух пересекающихся отрезков, образующих поле игроков – плоскость интересов: «действие – взаимодействие» и «игрок – система», игроки разделяются на четыре основных типа:

1. Накопители или карьеристы (Achievers) – стремятся к развитию и личностному росту, хотя научиться новому, большую радость им приносит получение наград за свои действия.

2. Киллеры (Killers) – любят соревноваться и побеждать, не любят рутинных игр, командные задания даются им с трудом.

3. Исследователи (Explorers) – интересуются глубинным пониманием предмета, стремятся расширить свой кругозор, им интересны разнообразные игровые механики, насыщенный контент и возможность применить в игре свой ум (пройти тест, разгадать головоломку).

4. Социальщики / тусовщики / коммуникаторы (Socializes) – стремятся к общению и взаимодействию, им важно получать социальную поддержку, им подходят групповые задания, где участники будут работать в команде.

Типы игроков безусловно влияют на их взаимодействие между собой. Если главной целью проекта является стимулирование конкуренции, то в нем должно быть больше киллеров, чем социальщиков. Если же целью проекта является повышение уровня сотрудничества и взаимодействия между участниками, то в нем должно быть больше социальщиков и исследователей.

Игра – это сформированная модель, ограниченная во времени и пространстве, она создана для развития через развлечение. Необходимо различать геймификацию и игровое обучение. Игровой подход – это обучение в рамках конкретной игры, а геймификация – применение игровых методик в повседневных процессах ради повышения мотивации.

Современную геймификацию можно рассматривать как процесс интеграции игровой динамики, такой как конкуренция, правила игры и подсчет очков, для решения проблем не в игровых ситуациях и вовлечения пользователей в процесс. Эта технология положительно влияет на мышление, мотивирует на долгосрочное взаимодействие и совместное решение задач. По мнению исследователей геймификация – это на 75% психология и на 25% техника [10].

У ученых разные мнения о геймификации с на точки зрения психологии. Карпенкова Н.В. считает, что внедрение игровых форм приведет к тому, что студенты раскрепостятся на занятиях, и поэтому «будут больше заинтересованы в знаниях», что повысит эффективность образования. [13] Емельяненко В.Д. пишет, что насколько серьезному занятию придается легкость, на столько и снижается ответственность. «Положительные эмоции не могут быть постоянными, а игровая мотивация, будучи поверхностной, постепенно снижается. Вместе с тем, если у школьников, а тем более студентов, не сформирована способность выполнять то, что не обязательно нравятся, на общий успех в образовательном процессе сложно рассчитывать» [11].

Геймифицируют обучение разными способами. Приведем инструменты, которые использовались при преподавании экономики в КубГМУ (Таблица 3).

Деление группы студентов на самостоятельные медицинские организации помогает сплотить студентов, учит их работать в команде, делегировать ответственность, распределять обязанности. Деление происходит на команды (клиники) по 5-6 человек по алфавитному списку группы. Во время проведения этих занятий неоднократно приходилось слышать «а можно мы поделимся так как сидим на рядах» или «я не хочу работать в этой команде». Каждый раз студентам терпеливо объясняем, что не всегда получается в реальной жизни выбирать коллектив и нужно научиться взаимодействовать со всеми. При этом преподаватель дает полную свободу в делегировании полномочий. Студенты сами выбирают кто из них будет составлять устав, протокол собрания учредителей, заявление, формировать прайс-лист, разрабатывать бизнес-план, описывать конкурентные преимущества, заниматься рекламой и продвижением продукта. В процессе последующих занятий студенты раскрывают свой потенциал. Оказывается, что кому-то легче принимать управленческие решения, кто-то лучше справляется с подготовкой документов и работой с порталом Госуслуг, а кому-то ближе творчество и проще придумать слоган и рекламную кампанию.

Таблица 3.

Инструменты геймификации

Инструменты геймификации	Характеристика	Опыт применения инструментов в преподавании экономики
Сюжетная линия	Постепенное развитие сюжета увлекает пользователей, они становятся участниками интересного приключения	Игровой процесс начинается с объединения студентов в качестве учредителей и создания клиники. Переходит в управление клиникой и продвижение продукта на рынок.
Уровни	После выполнения каждого задания персонаж переходит на новый уровень, открывается доступ к более сложным заданиям	Регистрация предпринимательской структуры имеет определенную последовательность начиная с формирования учредительных документов, и подачи их для регистрации до набора штата персонала и получения лицензии на медицинскую деятельность. Получение лицензии является завершающим этапом, но и самым важным – без лицензии медицинская организация начать работу не может
Баллы	За выполнение заданий можно начислять баллы в соответствии со сложностью решенной задачи.	За каждое занятие студенты получают оценки
Оформление	Геймификация связана с визуализацией. Пользователей привлекают продуманный дизайн, понятный интерфейс и комфортное взаимодействие с контентом.	Для продвижения и рекламы своих клиник на занятии по менеджменту и маркетингу студенты разрабатывают не только структуру управления медицинской организацией, но и рекламные листовки, буклеты, презентации, видеоролики
Соревновательный элемент	В игровом обучении важно создать здоровую конкуренцию	На занятии по конкуренции студенты представляют свои продукты, соревнуясь за потребителя
Награды	Медали, бейджи, значки. Особенно положительно воспринимаются аудиторией если они связаны с деятельностью ученика в реальной жизни, показательны в его работе как сотрудника.	Лучшие проекты рекомендуются к дальнейшему рассмотрению в реализуемом в университете проекте «Бизнес-мед» и возможностью общения с реальными инвесторами. Студенты получают бонусы на промежуточной аттестации.

В ходе проведения педагогического эксперимента по внедрению геймификации в преподавание экономики получены следующие выводы:

Создание сбалансированной геймифицированной системы для всех студентов является сложной задачей. Основной целью является создание системы, которая соответствует четырем основным внутренним мотивам и типам пользователей (также, как и психотипы Баргта).

В процессе геймификации, применяя различные игровые механики с учетом мотивов Ю-Кай Чоу, а также интегрируя систему вознаграждений, необходимо управлять мотивацией игроков всех типов для создания сбалансированного геймифицированного процесса.

Все участники процесса влияют на результат. Каждый новый шаг, как в компьютерной игре, зависит от сделанного выбора. При этом выполняется основное предназначение – вовлечение студента, формирование интереса к новым знаниям и умениям.

Геймификация пересекается с традиционными, в том числе настольными играми в таких позициях, как наличие правил, цели и структуры игры. Есть сходства и с деловыми играми: наличие конкретной цели, правил ее достижения и пошаговый путь. Обязательным условием для геймификации является действие в реальных условиях. Есть существенные различия между понятиями: игровой подход – это обучение в рамках конкретной игры, а геймификация – применение игровых методик в повседневных процессах ради повышения мотивации. Геймификация – это добавление игровых элементов к чему-либо, что не является игрой.

Заключение

1. В ходе работы рассмотрены возможности применения геймификации в преподавании экономики студентам медицинского вуза. Выявлены особенности, которые необходимо учитывать при подготовке занятия с применением игр – поколение, базовые экономические знания, внутренние мотивы и типы пользователей, готовность работать в команде.

2. Проведение педагогического эксперимента показало, что студенты, относящиеся к поколению «Z» и которым ближе цифровизация и компьютерные игры охотно принимают участие и проявляют интерес на занятиях с применением классических принципов настольных игр.

3. В результате внедрения геймификации в образовательный процесс развился интерес к предмету, сформировались навыки командной работы, студенты стали понимать возможности применения полученных экономических знаний и навыков для будущей профессиональной деятельности, в том числе коммерциализации своих научных разработок и организации самостоятельной предпринимательской деятельности.

4. Интерактивные методы способствуют усвоению полученных знаний посредством взаимодействия обучающихся друг с другом. Это коллективные формы обучения, в процессе которых студенты работают совместно в группе и при этом несут индивидуальную ответственность. Главное преимущество образовательной игры перед традиционным обучением заключается в практике. В имитационных играх обучающиеся начинают понимать, для чего им реально нужны полученные знания и умения.

Список литературы

1. Actionable Gamification – Beyond Points, Badges, and Leaderboards / Yu-Kai Chou, 2017. 514 p.
2. Bartle R.A. Designing Virtual Worlds. 2003. 947 p.
3. Pensky M. Listen to the Natives // Educational Leadership. 2006. Vol. 63, No. 4. P. 8-13.
4. Sharma D., Sharma J. Evolution of gamification, its implications, and its statistical impact on the society Corresponding Author // ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts. 2023. Vol. 4. P. 8-20. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2SE.2023.456>
5. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. First Edition, William Morrow & Co, January 1, 1991. 538 p.
6. Yu-Kai Chou. Actionable Gamification: beyond points, badges and leaderboards. Octalysis Media: Fremont. CA // Revista Internacional

- De Organizaciones. 2017. № 18. P. 137-144. <https://doi.org/10.17345/rjo18.137-144>
7. Антоновский А. В., Жуйкова С.А. Геймификация в образовании как фактор формирования актуальных профессиональных компетенций // Прикладная психология и педагогика. 2024. Т. 9. № 2. С. 165-173. <https://doi.org/10.12737/2500-0543-2024-9-2-165-173>
 8. Акчелов Е.О., Галанина Е.В. Новый подход к геймификации в образовании // Векторы благополучия: экономика и социум. 2019. №1 (32). С. 117-132.
 9. Биджиева С.Х., Урусова Ф.А.-А. Геймификация образования: проблемы использования и перспективы развития // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. №4. <https://mir-nauki.com/PDF/34PDMN420.pdf>
 10. Богданова Е.В. Геймификация современного образования: анализ педагогической практики // Современное педагогическое образование. 2022. №12. С. 15-19.
 11. Емельяненко В. Д. Геймификация в образовании: пределы применения (ценностно-мировоззренческий подход) // Философия образования. 2018. № 75, вып. 2. С. 130-146. <https://doi.org/10.15372/PHE20180211>
 12. Имангаликова И.Б. Развитие активных позиций интеллектуального потенциала студентов через национальные игры // МНКО. 2018. №2 (69). С. 254-257.
 13. Карпенкова Н. В. Использование игрофикации в процессе обучения студентов // Webтехнологии в образовательном пространстве: проблемы, подходы, перспективы: сборник статей участников Междунар. науч.-практ. конф. Арзамас: Растр-НН, 2015. С. 561-564.
 14. Конанчук Д., Волков А. Эпоха «Гринфилда» в образовании // Ректор ВУЗа. 2014. № 3. С. 66-75.
 15. Кутепова Л.И., Гладкова М.Н., Максимова К.А. Имитационные технологии в профессиональном образовании // БГЖ. 2020. №3 (32). С. 140-142.
 16. Липатова С.Д., Хохолева Е.А. Геймификация как педагогическая технология активизации учебной мотивации студентов вуза // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2020. №1 (37). С. 44-51.

17. Настольные игры. Игра «Монополия в Магнит» // Мой Магнит [Электронный ресурс]. URL: <https://magnit-moy.ru/monopoly> (дата обращения 14.05.2024)
18. Орлова О. В., Титова В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестник ТГПУ. 2015. №9 (162). С. 60-64.
19. Педагогическая геймификация: атлас лучших практик [Электронный ресурс] / Е.В. Богданова, Е.А. Яровая, Ю.Н. Ковшова [и др.]; Мин-во просвещения РФ, Новосиб. гос. пед. ун-т. (1 файл pdf: 12,9 Мб; 207 с). Новосибирск, 2022. <https://lib.nspu.ru/views/library/91213/read.php>
20. Основы экономических знаний для студентов медицинского вуза: учебник для студентов медицинских вузов / авт.-сост. И.С. Лебедева. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. 415 с.
21. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий. В 2-х т. Т. 1. Москва: Народное образование, 2005. 556 с.
22. Сухомлинский В.А. Сердце отдаю детям. Киев: Радянська школа, 1974 г. 288 с.
23. Ушинский К.Д. Педагогические сочинения. В 6 томах/ Ред. коллегия: С.Ф. Егоров, И.Д. Зверев и др. М.: Педагогика, 1990. Т.5, 6.
24. Ушинский К.Д. О народности в общественном воспитании. Собрание сочинений: в 11 т. Москва-Ленинград: Издательство АПН РСФСР, 1948-1950; Т. 2. С. 59-65.
25. Хохрякова Ю.М. Возможности геймификации учебной деятельности студентов вуза // Гуманитарные исследования. Педагогика и психология. 2021. № 5. С. 27-37. <https://doi.org/10.24412/2712-827X-2021-5-27-37>
26. Чагин С.С. Геймификация профессионального образования: стоит ли игра свеч? // Профессиональное образование и рынок труда. 2021. № 1. С. 26-35. <https://doi.org/10.24412/2307-4264-2021-01-26-35>

References

1. Actionable Gamification - Beyond Points, Badges, and Leaderboards / Yu-Kai Chou, 2017, 514 p.
2. Bartle R.A. Designing Virtual Worlds, 2003, 947 p.
3. Pensky M. Listen to the Natives. *Educational Leadership*, 2006, vol. 63, no. 4, pp. 8-13.

4. Sharma D., Sharma J. Evolution of gamification, its implications, and its statistical impact on the society Corresponding Author. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 2023, vol. 4, pp. 8-20. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2SE.2023.456>
5. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. First Edition, William Morrow & Co, January 1, 1991, 538 p.
6. Yu-Kai Chou. Actionable Gamification: beyond points, badges and leader-boards. Octalysis Media: Fremont. CA. *Revista Internacional De Organizaciones*, 2017, no. 18, pp. 137-144. <https://doi.org/10.17345/rio18.137-144>
7. Antonovsky A.V., Zhuikova S.A. Gamification in education as a factor in the formation of actual professional competencies. *Applied Psychology and Pedagogy*, 2024, vol. 9, no. 2, pp. 165-173. <https://doi.org/10.12737/2500-0543-2024-9-2-165-173>
8. Akchelov E.O., Galanina E.V. New approach to gamification in education. *Vectors of well-being: economy and socium*, 2019, no. 1 (32), pp. 117-132.
9. Bidzhieva S.H., Urusova F.A.-A. Gamification of education: problems of use and prospects of development. *World of Science. Pedagogy and Psychology*, 2020, no. 4. <https://mir-nauki.com/PDF/34PDMN420.pdf>
10. Bogdanova E.V. Gamification of modern education: analysis of pedagogical practice. *Modern Pedagogical Education*, 2022, no. 12, pp. 15-19.
11. Emelianenko V.D. Gamification in education: the limits of application (value-worldview approach). *Philosophy of Education*, 2018, no. 75, issue 2, pp. 130-146. <https://doi.org/10.15372/PHE20180211>
12. Imangalikova I.B. Development of active positions of students' intellectual potential through national games. *MNCO*, 2018, no. 2 (69), pp. 254-257.
13. Karpenkova N. V. The use of gamification in the process of teaching students. *Web-technologies in the educational space: problems, approaches, prospects: a collection of articles of participants of the International scientific and practical conference*. Arzamas: Rastr-NN, 2015, pp. 561-564.
14. Konanchuk D., Volkov A. The era of "Greenfield" in education. *Rector of VUZ*, 2014, no. 3, pp. 66-75.
15. Kutepova L.I., Gladkova M.N., Maksimova K.A. Simulation technologies in professional education (in Russian). *BGJ*, 2020, no. 3 (32), pp. 140-142.

16. Lipatova S.D., Khokholeva E.A. Gamification as a pedagogical technology of activation of educational motivation of university students. *Professional Education in Russia and abroad*, 2020, no. 1 (37), pp. 44-51.
17. Board games. Game “Monopoly in Magnet”. My Magnet [Electronic resource]. URL: <https://magnit-moy.ru/monopoly>
18. Orlova O. V., Titova V. N. Gamification as a way to organize learning. *Vestnik TSPU*, 2015, no. 9 (162), pp. 60-64.
19. *Pedagogical gamification: an atlas of best practices* [Electronic resource] / E.V. Bogdanova, E.A. Yarovaya, Y.N. Kovshova [et al.]; Ministry of Education of the Russian Federation, Novosibirsk State Pedagogical University (1 pdf file: 12.9 MB; 207 p). Novosibirsk, 2022. <https://lib.nspu.ru/views/library/91213/read.php>
20. *Fundamentals of economic knowledge for students of medical university: textbook for students of medical universities / author-companion* I.S. Lebedeva. Moscow: UNITI-DANA, 2023, 415 p.
21. Selevko G.K. *Encyclopedia of Educational Technologies*. In 2, vol. 1. Moscow: Narodnoe Obrazovanie, 2005, 556 p.
22. Sukhomlinsky V.A. *I give my heart to children*. Kiev: Radyanska shkola, 1974, 288 p.
23. Ushinsky K.D. *Pedagogical Works*. In 6 volumes / Editorial Board: S.F. Egorov, I.D. Zverev, et al. Moscow: Pedagogy, 1990. Vol. 5, 6.
24. Ushinsky K.D. *About the nationality in public education*. Collected Works: in 11 tons. Moscow-Leningrad: APN RSFSR, 1948-1950; Vol. 2, pp. 59-65.
25. Khokhryakova Y.M. Possibilities of gamification of educational activity of university students. *Humanitarian researches. Pedagogy and psychology*, 2021, no. 5, pp. 27-37. <https://doi.org/10.24412/2712-827X-2021-5-27-37>
26. Chagin S.S. Gamification of professional education: is the game worth the candle? *Professional education and labor market*, 2021, no. 1, pp. 26-35. <https://doi.org/10.24412/2307-4264-2021-01-26-35>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Сажина Наталья Михайловна, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой технологии и предпринимательства

*Кубанский государственный университет
ул. Ставропольская, 129, г. Краснодар, 350040, Российская
Федерация
sazhinanm@mail.ru*

Лебедева Инна Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры общественного здоровья, здравоохранения и
истории медицины

*Кубанский государственный медицинский университет
ул. Седина, 4, г. Краснодар, 350063, Российская Федерация
kinnas@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Natalya M. Sazhina, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head
of the Department of Technology and Entrepreneurship

*Kuban State University
129, Stavropolskaya Str., Krasnodar, 350040, Russian Federation
sazhinanm@mail.ru*

SPIN-code: 1229-1115

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3000-4462>

Inna S. Lebedeva, PhD in Economy, Associate Professor, Associate Profes-
sor of Public Health, Healthcare and History of Medicine Department
Kuban State Medical University

4, Sedina Str., Krasnodar, 350063, Russian Federation

kinnas@mail.ru

SPIN-code: 4926-9716

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8030-671X>

ResearcherID: AAS-7917-2020

Academia.edu: <https://independent.academia.edu/LebedevaInna>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Inna-Lebedeva>

Поступила 27.05.2024

После рецензирования 09.07.2024

Принята 12.07.2024

Received 27.05.2024

Revised 09.07.2024

Accepted 12.07.2024