

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

НИКОЛЬСКАЯ Е. Ю.

### TOURIST EDUCATION CONCEPTUAL ISSUES

NIKOLSKAYA E. YU.

Концептуальные вопросы туристского образования в настоящее время приобретают весьма большое значение как для учебных заведений, готовящих специалистов в сфере туризма и гостеприимства, так и для самой туристской индустрии.

Tourist education conceptual issues gain much importance both for educational establishments, training personnel for hospitality industry and for travel industry.

Ключевые слова: образование, гостеприимство.

Keywords: education, hospitality.

УДК 377 + 338.482

Проблема взаимоотношений между сферой образования и отраслью не нова. Даже во времена всеобщего бесплатного образования и обязательного трудоустройства специалистов она была значима и актуальна. В условиях формирования рыночных отношений проблема еще более обострилась, ибо возникла необходимость в создании целостной концепции развития профессионального образования, которая позволила бы достигнуть прогрессивных изменений и добиться более высоких качественных характеристик при удовлетворении потребностей как потребителей образовательных услуг, так и предприятий отрасли.

Современное общество, основанное на конкуренции, поощряет людей, добивающихся наилучших результатов. Именно поэтому выпускники вузов стали определять общий «фон» на рынке труда, а наиболее ценной группой занятых стали работники, имеющие ученые степени. Интеллектуальная элита стала доминирующим классом во всех развитых странах.

Сейчас мы наблюдаем переход от индустриального общества к постиндустриальному. Это понятие было введено американским исследователем Д. Беллом в 1974 г. Постиндустриальным называют общество, ориентированное прежде всего на развитие сферы услуг и создание так называемого «общества сервисного хозяйства», или «сервисной экономики». То есть первая стадия такого общества — сервисное общество со своей специфической сервисной ментальностью.

Вектор развития современного постиндустриального общества изменился от удовлетворения материальных потребностей (material needs) в сторону удовлетворения потребностей человеческих (human needs). Этот фактор вносит серьезные, глубинные изменения во всю систему сферы услуг. В последние годы на страницах профессиональных изданий, на научно-практических конференциях и семинарах ведется острая дискуссия о путях развития туристского образования в стране.

Представители отрасли и преподаватели заинтересованно обсуждают назревшие проблемы. Каждая из сторон имеет свое видение путей развития, при этом

принятые профессиональные и образовательные стандарты скорее ставят новые вопросы, нежели дают ответы на уже имеющиеся. Представители туристской индустрии ориентированы на прагматичные интересы своих предприятий. Им нужны специалисты, владеющие конкретными навыками, способные быстро профессионально адаптироваться, обладающие сервисной ментальностью. А учебные заведения, и в частности вузы, своей основной целью считают подготовку специалистов с широким кругозором, хорошей восприимчивостью к инновациям, умеющих самостоятельно мыслить, систематизировать и анализировать факты и явления, выделять причинно-следственные связи. Подготовка таких специалистов требует хорошей теоретической базы и овладения методами научного анализа, в т. ч. системного, комплексного и процессного подхода.

Специалист, не получивший глубоких знаний в области теоретического менеджмента, никогда не сможет в полной мере осмыслить стандарты обслуживания, т. к. базой для рационализации его труда служат работы американского исследователя Ф. Тейлора, основателя школы научного управления. Конечно, научиться хорошо работать в рамках стандарта могут и люди, не имеющие высшего образования. Но они никогда не сумеют проанализировать существующие стандарты, а тем более создать новые. Поэтому профессиональное образование разделяется по уровням: начальное профессиональное (профессионально-техническое училище), среднее профессиональное (колледж) и высшее профессиональное (вуз). Каждый из представленных уровней готовит специалистов в рамках своих задач, используя определенные технологические приемы и соответствующие методики. И если выпускник ПТУ должен понимать стандарт обслуживания и хорошо исполнять его, то выпускник колледжа должен уметь контролировать исполнение стандарта, а выпускник вуза — уметь анализировать стандарт и формировать его. Безусловно, это разные уровни задач. И это необходимо осознать представителям индустрии. Подготовка квалифицированных специалистов — дело трудоемкое и длительное, в развитых странах на обучение и становление специалистов высокого уровня требуется от 10 до 15 лет.

Однако не следует отождествлять человека, обладающего некими весьма ценными навыками (владение иностранным языком, знание прикладных компьютерных программ), с профессионально подготовленным специалистом. Ведь процесс образования — сложный, комплексный, и его нельзя отделить от процесса воспитания, в т. ч. нравственного, эстетического и социального. Настоящий специалист вырастает только в коллективе. Именно там он учится работать в команде, приобретает ценные коммуникативные качества, именно на этом этапе формируется его чувство ответственности, долга, собственная гражданская позиция.

Модель будущего социального поведения закладывается, как правило, профессиональной школой, и подтверждение тому — отношение лидеров туристской индустрии к учебным заведениям, которые они закончили. На страницах профессиональных изданий, на конференциях и семинарах нынешние руководители с гордостью говорят о своем образовании, подчеркивая, что именно профессиональная школа сформировала их как специалистов, дала необходимые знания и навыки.

Однако наряду с пониманием роли профессиональной школы руководители нередко проявляют эгоизм работодателя и в ряде случаев не вполне обоснованно критикуют современное туристское образование. Конечно, было бы неверно замалчивать серьезные проблемы и трудности становления профессиональной школы туризма и гостеприимства. Прошедшие десять лет позволяют проанализировать пройденный путь и очертить круг самых насущных проблем, решение которых даст возможность найти новый вектор развития.

Перечислим проблемы, осмысление которых имеет первоочередное значение:

1. Укрепление научно-методической базы туристского образования, включая разработку образовательных стандартов, учебных планов, программ для всех форм обучения, в т. ч. дополнительного и послевузовского образования.

2. Укрепление учебно-методической базы, включая разработку учебников и учебных пособий, методических комплексов, электронных библиотек, справочников и пр.

3. Разработка и внедрение диверсифицированного образовательного продукта в виде подготовки специализированных тренинговых программ, профессиональных

семинаров по актуальным темам, программ стажировок и повышения квалификации для работников отрасли.

4 Развитие дистанционного образования и создание информационных центров.

5. Формирование системы партнерских отношений учебных заведений с предприятиями индустрии туризма и гостеприимства путем создания союзов ученых и специалистов в области туризма и гостеприимства.

6. Разработка новых концептуальных подходов к организации практического обучения студентов при обязательном и заинтересованном участии представителей отрасли, туристских администраций, региональных и местных органов власти.

7. Формирование новой модели специалиста в сфере туризма и гостеприимства с учетом изменяющихся сервисных потребностей общества.

8. Проведение работы по модернизации туристского профессионального образования в рамках модернизации всей российской системы образования в соответствии с Болонской конвенцией и декларацией о создании к 2010 г. единой европейской зоны высшего образования.

9. Формирование новой эффективной образовательной системы с целью создания более эффективного и качественного образования. При этом новая модель образования в сфере услуг должна гармонично сочетать новые технологические подходы с традиционными принципами отечественных высшей и средней профессиональных школ.

Комплекс этих серьезных задач можно решить только при глубоком взаимодействии всех заинтересованных сторон — прежде всего учебных заведений, властных органов и самой индустрии туризма и гостеприимства. На семинарах обсуждаются следующие вопросы:

1. Проблемы корпоративного обучения и особенности деятельности отдела развития трудовых ресурсов в гостинице «Рэдиссон САС Славянская».

2. Базовая техника продаж, особенности деятельности отдела продаж гостиницы «Рэдиссон САС Славянская».

3. Организация деятельности службы приема, размещения и гостиничного хозяйства в гостинице «Балчуг Кемпински».

4. Особенности организации деятельности службы house keeping в гостинице «Националь».

5. Особенности организации деятельности службы безопасности в гостинице «Националь».

6. Организация деятельности службы кейтеринга, особенности проведения банкетов и конференций в гостинице «Марriott Тверская».

7. Организация деятельности отдела маркетинга и рекламы в гостинице «Марriott Гранд».

Несомненное достоинство этого проекта — его своевременность, достаточно высокий профессиональный уровень и правильно выбранная тональность в общении с представителями сферы образования. Педагогические коллективы нередко отличаются полярностью мнений и оценок, многогранностью и некоторой самодостаточностью, и это усложняет процесс обучения и переподготовки профессорско-преподавательского состава. Однако к чести организаторов семинаров заметим, что система общения и взаимодействия была выстроена корректно. Представители отрасли зрело и позитивно подошли к проблемам профессионального обучения, каждый проводимый семинар отличался высокой информационной насыщенностью, нестандартностью применяемых методов, хорошей наглядностью. Участники обменивались мнениями, уточняли позиции, а главное, пытались наладить конструктивный диалог между важнейшими секторами индустрии туризма и гостеприимства — предприятиями, предоставляющими услуги размещения, и профессиональным туристским образованием.

Гостиницы, проводящие семинары, организовали экскурсии по своим отелям, подготовили рекламный материал и, что особенно важно, продемонстрировали важнейшую ценностную составляющую отрасли — гостеприимство и радушие.

Знакомство с практикой работы гостиниц позволяет говорить о серьезных переменах, произошедших в отрасли за последние 5—7 лет. Изменились не только интерьеры, технологии и методы работы. Произошли серьезные качественные перемены, сформировалась группа менеджеров — профессионалов отечественного гостиничного бизнеса. И сегодня именно они, а не западные менеджеры, представляют лицо гостиничной индустрии Москвы. Эти люди обладают не только специальными знаниями и профессиональным мастерством, но также и нестандартным

творческим мышлением, высокими коммуникативными способностями.

Настоящий преподавательский дар показала начальник службы приема и размещения гостиницы «Балчуг Кемпински» Олеся Рябова. Педагог по образованию, она прекрасно осознает роль и значение образования в деле становления молодых специалистов. В возглавляемой ею службе очень органично претворяется концепция «выращивания специалистов» — от самых низких ступеней к руководящим должностям. Пожалуй, это главное, что необходимо усвоить профессиональной школе при обучении специалистов гостиничного бизнеса.

Интересный семинар подготовили и провели руководители службы house keeping гостиницы «Националь». Руководить такими комплексными хозяйственными службами — серьезная и ответственная задача. Именно работники этой службы обеспечивают чистоту, уют и комфорт в гостинице, их работа должна быть очень качественной и не заметной глазу клиента. От руководителей этой службы требуется владение знаниями в области экономики и организации производства гостиничных услуг, психологии общения, они должны разбираться в технических вопросах эксплуатации номерного фонда и вместе с тем быть честными и рачительными хозяевами.

Руководители службы house keeping гостиницы «Националь» Вера Череповская и Вера Фроликова на своем семинаре явили высокое профессиональное мастерство, любовь к профессии и глубочайшее уважение к своему предприятию не только как к первоклассной гостинице, но и как памятнику культуры и архитектуры Москвы. Существование и успешное развитие таких гостиниц, как «Националь» и «Метрополь» в Москве, «Астория» в Санкт-Петербурге, символизирует связь времен и

поколений в нашей отрасли, формирует российскую культуру гостеприимства.

Глубокие системные знания, высокое мастерство и культуру продаж продемонстрировал Дэвид Моррис — начальник отдела продаж отеля «Рэдиссон САС Славянская» на семинаре «Базовая техника продаж». Изложенный им материал основывался на огромном опыте работы всей компании «Рэдиссон». В отличие от большинства западных специалистов гостиничного бизнеса, делающих упор на технологических аспектах, г-н Моррис построил свою лекцию на сбалансированном сочетании практических и теоретических подходов. Являясь зарубежным специалистом, Д. Моррис показал глубокое уважение к российским специалистам — членам своей профессиональной команды, что говорит о высокой профессиональной и внутренней культуре этого человека.

Каждая из встреч с представителями индустрии гостеприимства показала необходимость формирования партнерских отношений, развития социального сотрудничества. Только такая позиция позволит сформировать новую модель специалиста и наметить эффективные пути развития отрасли, залог успешной работы которой — в постоянной готовности к изменениям. В подтверждение можно привести слова Дэвида Морриса: «Если вы всегда будете делать то, что делали, то и получать будете то, что всегда получали». Проект, несомненно, будет успешно развиваться. Хочется поблагодарить всех его организаторов и участников от имени руководства и профессорско-преподавательского состава одного из ведущих туристских вузов Москвы — ГОУ ВПО МГИИТ.

По мнению всех участников проекта, его вполне можно назвать серьезным шагом на пути к формированию сервисного общества в России, основанного на эффективном слиянии теории и практики в сфере индустрии гостеприимства.

Сведения об авторе:

Никольская Елена Юрьевна, канд. экон. наук, доцент, декан факультета профессиональной подготовки и повышения квалификации Московского государственного института индустрии туризма (Москва).

## ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ЕГО ТЕНЕВОГО ОБОРОТА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Воробей Е. К.

### EVALUATION OF RUSSIAN SMALL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT LEVEL AND DETERMINATION OF ITS SHADOW TURNOVER UNDER FINANCIAL CRISIS

VOROBAY E. K.

Устойчивое развитие любой экономической системы невозможно без учета изменений в малом секторе экономики. Развитию малого бизнеса на современном этапе посвящена эта статья. Уделено особое внимание определению уровня теневого оборота на малом предприятии.

Sustainable development of any economic system is impossible without regard to small business. The article is concerned with small business development. Special attention is attached to small enterprises shadow turnover determination.

Ключевые слова: малый бизнес, развитие, теневая экономика, оценка, экономический кризис.

Keywords: small business, development, shadow economy, evaluation, financial crisis.

УДК 338.486.4

Одним из главных, необходимых и достаточных условий решения масштабных задач экономического и социального развития РФ является развитие малого предпринимательства. Анализ состояния и деятельности предприятий данного сектора экономики является важным аспектом при определении уровня развития страны.

Рассмотрим уровень развития малого предпринимательства в России. Его можно охарактеризовать, используя следующие показатели: численность, а также количество зарегистрированных малых предприятий (МП) на 100 тыс. населения; среднесписочная занятость на МП; обороты МП; инвестиции в основной капитал и т. д. Приоритетным и наиболее красноречивым показателем, на наш взгляд, является показатель численности МП по России в целом и более детализированный, т. е. на уровне муниципальных образований, субъектов РФ и федеральных округов. Приоритет именно этого показателя перед остальными определяется, прежде всего, степенью распространенности МП, заинтересованности населения в ведении бизнеса в рамках МП, доступности открытия и ведения деятельности, т. е. данный показатель красноречиво показывает именно «открытость» этого вида бизнеса и уровень его развития. Кроме того, достигнув большого количества действующих МП в России, можно с помощью экономических рычагов увеличить уровень оборотов МП, привлечь большее количество работников (разрешив увеличение численности законодательно и поощряя это), дать возможность дополнительного привлечения инвестиций, используя льготные условия и т. д.

Таким образом, остановимся на показателе численности МП в России и рассмотрим его. На 1 января 2009 г. число зарегистрированных МП в целом по России составило 282,7 тыс. единиц. Количество МП в расчете на 100 тыс. населения в среднем по стране — 199,1 ед. Численность МП в России за последние годы можно представить следующим образом (рис. 1).