

Европейский опыт подготовки специалистов для индустрии гостеприимства и туризма

*Лайно М. Ю., д.э.н.,
профессор, проректор РЭА
им. Г.В. Плеханова
по международной
деятельности*

*Ильина Е. Л., к.э.н.,
доцент кафедры гостиничного
и туристического бизнеса РЭА
им. Г.В. Плеханова*

В статье рассматриваются сложившиеся условия в сфере российского образования в области гостеприимства и туризма, анализируется современный европейский опыт подготовки специалистов для индустрии гостеприимства и туризма. В качестве примера для сравнения приведена голландская программа по подготовке специалистов для индустрии отдыха.

The article looks into the environment formed in Russian education system in the sphere of hospitality and tourism and into the modern European experience in training specialists for the

hospitality and tourism industry. The Dutch program in training specialists for the recreation industry is taken to illustrate the comparison.

За период проведения экономических реформ существенно увеличились деловые и культурные связи между Россией и зарубежными странами. Такое усиление активности неизбежно привело к росту контактов между фирмами и увеличению количества иностранных бизнес-путешественников. Возникла необходимость размещения гостей в комфортабельных отелях с соответствующим уровнем сервиса, которая явилась предпосылкой тому, что правительство и некоторые частные ком-

пании начали инвестировать средства в гостиничный бизнес. В результате появились проекты по реконструкции существующих отелей, строительству новых и изменению структуры управления гостиничных предприятий, во многих случаях с привлечением ведущих гостиничных сетей Запада. В настоящее время в Москве и Санкт-Петербурге наблюдается ситуация, при которой бизнес-турист может найти гостиницу приемлемого качества, но по очень высокой цене. В небольших городах оснащенность гостиниц и уровень обслуживания по-прежнему остаются недостаточными при отсутствии альтернативного предложения, в то время как спрос проявляет устойчивую тенденцию к росту. Для местных администраций становится необходимостью и вопросом престижа наличие высококлассных отелей в регионах, а крупные компании готовы вложить средства в их строительство и реконструкцию.

Специалисты индустрии гостеприимства отмечают устойчивые долгосрочные перспективы развития туризма в Европе. По прогнозам туризм станет крупнейшим видом экономической деятельности. Количество занятых в туризме составит по различным оценкам от 6 до 10% от общего числа работающего населения. Ожидается значительное увеличение объемов делового туризма, вызванное созданием единого европейского рынка и расширением торговых, финансовых и культурных связей. Особенно благоприятны перспективы развития высокоразрядных гостиниц в крупных городах, что в значительной степени зависит от делового туризма.

Интегрирование России в мировую систему гостеприимства требует перехода российских гостиничных, ресторанных и туристических предприятий на мировые стандарты обслуживания, изменения форм организации и управления в гостинично-ресторанном и туристическом бизнесе. Формирование гостиничного хозяйства России как

одной из ведущих отраслей рыночной экономики невозможно без грамотных специалистов, способных учитывать различные циклические и нециклические компоненты формирования спроса и предложения на рынке гостиничных услуг, а также сезонные, временные и случайные факторы. Осложняющим обстоятельством является то, что рынок услуг гостеприимства в России отличается высокой динамичностью и противоречивым характером, а потому и трудной предсказуемостью, особенно в условиях сильного влияния инфляционной составляющей и специфики конъюнктуры рынка туристических услуг.

В РЭА им. Г. В. Плеханова накоплен определенный опыт сотрудничества с зарубежными вузами, осуществляющими подготовку специалистов для индустрии гостеприимства и туризма. Практика, сложившаяся за годы обучения студентов по международной программе International Hospitality Management-Plekhanov (подготовка специалистов по управлению международной индустрией гостеприимства), позволяет произвести некоторые обобщения и раскрыть содержание зарубежных учебных программ, используемых для подготовки специалистов в указанной сфере деятельности.

Представляет интерес концепция формирования учебного плана подготовки бакалавра гостиничного администрирования, которая используется в Высшей школе гостиничного менеджмента г. Леуварден (Нидерланды). Подобные концепции формирования учебных планов используются другими ведущими гостиничными школами мира, в частности *Scole Hoteliere de Lausanne* (Швейцария), а также *Satakunta Polytechnic Pori* и *Naaga-Helia Hotel School* (Финляндия).

Отправным пунктом для разработки учебного плана является решение вопроса о квалификации и предполагаемой позиции (сфере деятельности) выпускников. Для перечисленных выше

школ целью учебного процесса является подготовка специалистов высшего и среднего управленческого звена для гостинично-ресторанного хозяйства, что определяет общую структуру программы: первый год обучения – базовое профессиональное образование, необходимое для работы в отрасли; второй, третий и четвертый годы обучения – специальные дисциплины на развитие навыков по разработке стратегии предприятия, финансовому менеджменту, управлению персоналом, маркетингу и прочим навыкам, необходимым для руководителя предприятия индустрии гостеприимства и туризма.

Центральным компонентом является блок дисциплин, посвященных стратегическому менеджменту. Изучение этого блока требует знаний и навыков в следующих областях: управление персоналом, организация производства, финансовый менеджмент, маркетинг. Поэтому изучению центрального блока предшествует изучение блоков, посвященных перечисленным областям. Однако изучение этих областей в свою очередь требует некоторых предварительных знаний и навыков, а также одновременного изучения отдельных дисциплин, таких как коммуникации в бизнесе, компьютерные технологии и т. д.

Кроме подготовки бакалавров гостиничного администрирования ряд зарубежных учебных заведений осуществляет специализированную подготовку специалистов для индустрии отдыха (Leisure Studies). Данная программа носит междисциплинарный характер: с одной стороны, она рассматривается как разработка продукта индустрии отдыха, а с другой – как управление и экономика отрасли. По окончании обучения выпускники получают степень бакалавра со специализацией в индустрии отдыха.

Первый год обучения включает в себя ознакомительно-ориентационную программу с обязательным изучением таких предметов, как социология, психология,

теория отдыха, история искусства и история цивилизации, философия, спорт и игры, музыка, театр, живопись и др. На втором году обучения особое внимание уделяется операционному менеджменту и разработке продукта индустрии отдыха, на третьем – стратегическому менеджменту, развитию инноваций и построению сценариев деятельности, выбору профиля будущей работы. На четвертом курсе студенты проходят шестимесячную производственную практику (в соответствии с выбранным профилем) и готовят выпускной проект.

Подготовка специалистов для индустрии отдыха ведется на базе двух взаимосвязанных подразделений: образовательного (вуз) и практического (туристические компании, центры отдыха и туризма). Компании принимают к исполнению реальные заказы, над выполнением которых трудятся сотрудники вузов и приглашенные эксперты. В период производственной практики студенты также подключаются к разработке этих проектов.

Отличительной особенностью обучения является его прикладной характер. Это значит, что в состав рабочих групп, реализующих практические проекты, могут входить не только выпускники вуза, но и студенты любого курса, которым необходимы практические данные для семинаров, курсовых работ, исследовательских проектов и т.д. Таким образом достигается разумная интеграция теории и практики, что, несомненно, способствует повышению качества образования и укреплению имиджа учебных заведений.

В условиях интеграции российской системы образования в европейское и мировое образовательное пространство, представляется целесообразным тщательное изучение имеющегося зарубежного опыта в сфере подготовки специалистов для индустрии туризма и путешествий, с тем, чтобы повысить общий уровень качества образовательных услуг и обеспечить формирование спе-

циалистов, способных принимать экономически обоснованные решения по управлению гостиницами, ресторанами, туристическими компаниями, а так-

же грамотно определять их стратегию и тактику, развивать интеграционные процессы в мировой и отечественной индустрии гостеприимства и туризма.

Литература

1. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
2. Лайко М.Ю., Ильина Е. Л., Козлов Д. А., Нощенко О.Ю. Введение в индустрию гостеприимства и туризма. – М.: Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2002.
3. Покровский А. И., Филанд К. Перестройка рыночных структур на Западе и на Востоке. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2003.
4. Чернышев А.В. Геоэкономические аспекты формирования конкурентоспособности гостинично-туристского комплекса – М: Изд-во Моск. гос. ун-та леса, 2001.
5. Янкевич В. С., Безрукова Н. Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / Под ред. В.С.Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2003.
6. Жукова М. А. Интеграционная стратегия как средство достижения конкурентных преимуществ в индустрии туризма // Экономическая наука современной России, № 4, 2002.
7. Green, P. E., Carmone, F. I., Inrand Smith, S. M. Multidimensional Scaling: Concepts and Applications. – Boston: Allyn and Bacon, 1999.
8. Saunders, I. (ed.). The Marketing Initiative. – London: Prentice Hall International, 2003.