

Л.В. Кнодель

**ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
&
ТУРИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

монография

Киев – 2019

УДК 338.48:37]

ББК 65.433;74

К53 Кнодель Л. В. Туристическая деятельность и туристское образование : монография / Л. В. Кнодель. – Киев : ФОРМАНДИБА Т. П., 2019. – 452 с.

В конце XX – начале XXI века в мире произошли существенные социальные, культурные, экономические и технологические изменения, создавшие условия реформирования образовательных систем, направленных на обеспечение современных потребностей общества, эффективное использование всех ресурсов.

Процессы европейской интеграции охватывают все больше сфер жизнедеятельности.

Украина четко определила ориентир на вхождение в образовательный простор Европы, осуществляет модернизацию образовательной деятельности в контексте европейских требований, все настойчивее работает над практичным присоединением к Болонскому процессу.

Однако, проектирование образовательных структур и внедрение новых моделей и программ подготовки, как показывает опыт всех стран, в том числе и Украины, – процесс чрезвычайно сложный. Значительную роль во взаимодействии и взаимообогащении культур играет сфера туризма. Международный туризм в последнее десятилетие приобрел массовый характер. В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная сфера экономики, самая быстро развивающаяся ее отрасль, которая обеспечивает приток иностранной валюты и создание рабочих мест.

Международный туризм дает самые большие поступления от экспорта, являясь важным фактором поддержания платежного баланса для большинства стран. Результаты анализа многочисленных современных научных источников подтверждают тот факт, что в теории и практике туристского образования накоплен значительный опыт, который может стать основой развития системы профессиональной подготовки кадров для сферы туризма.

УДК 338.48:37]

ББК 65.433;74

© Кнодель Л. В., 2019

© ФОРМАНДИБА Т. П., 2019

ПРЕДИСЛОВИЕ

В конце XX – начале XXI века в мире произошли существенные социальные, культурные, экономические и технологические изменения, создавшие условия реформирования образовательных систем, направленных на обеспечение современных потребностей общества, эффективное использование всех ресурсов. Процессы европейской интеграции охватывают все больше сфер жизнедеятельности. Украина четко определила ориентир на вхождение в образовательный простор Европы, осуществляет модернизацию образовательной деятельности в контексте европейских требований, все настойчивее работает над практичным присоединением к Болонскому процессу. Однако, проектирование образовательных структур и внедрение новых моделей и программ подготовки, как показывает опыт всех стран, в том числе и Украины, – процесс чрезвычайно сложный.

Идея совместного развития науки и высшего образования, органичного использования науки, как базы обеспечения высокого качества высшего образования, присутствует на всех направлениях деятельности, что провозглашено в Болонской декларации. Целью такого взаимодействия является сбережение культурного и лингвистического богатства Европы, которое базируется на унаследованном разнообразии традиций, и содействии потенциалу инноваций, социальному и экономическому развитию посредством усиления сотрудничества между Европейскими высшими учебными заведениями.

Значительную роль во взаимодействии и взаимообогащении культур играет сфера туризма. Международный туризм в последнее десятилетие приобрел массовый характер.

Этому способствовали как объективные факторы (повышение жизненного уровня во многих странах), так и деятельность международных, региональных и национальных туристских организаций, что требует от государств обеспечения большего доступа к туризму для разных слоев населения. Большое значение для поддержки культурных контактов и осуществления тесного контакта между народами имеет деятельность ВТО и других туристских организаций всемирного характера – ООН, особенно ЮНЕСКО.

В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная сфера экономики, самая быстро развивающаяся ее отрасль, которая обеспечивает приток иностранной валюты и создание рабочих мест. Международный туризм дает самые большие поступления от экспорта, являясь важным фактором поддержания платежного баланса для большинства стран.

По определению Всемирного совета по туризму и путешествиям (Брюссель), современный туризм в его экономическом аспекте характеризуется как самая большая индустрия мира, главный налогоплательщик, наиболее динамичная отрасль мировой экономики.

По прогнозам ВТО число участников международного туризма в 2018 году превысит 1 млрд. человек. Статистические данные свидетельствуют о том, что эта сфера экономики будет расти и развиваться. Ей потребуются профессионалы, способные решать поставленные перед отраслью сложные проблемы в новых экономических условиях глобального развития планеты.

Такая деятельность отвечает основному принципу современной общественно-политической жизни – диалогу культур.

Украина – часть мирового содружества и считает поставленное перед ним задания для туристской отрасли и образования правомерным и актуальным.

В 1998 году Верховный Совет Украины принял «Закон о туризме», который заложил фундамент развития туристической деятельности и организации туристского образования.

Украина богата туристическими возможностями, являясь одной из привлекательных стран мира, которая имеет большой потенциал в будущем.

Первый опыт внедрения специализаций по туризму и осуществления профессиональной подготовки кадров в Украине имеют уже больше 100 высших учебных заведений.

Однако, образовательная деятельность вузов осуществляется на начальном уровне и не имеет систематического характера. Опыт передовых стран-членов ВТО будет способствовать становлению и развитию всех систем туристской сферы. Результаты анализа многочисленных современных научных источников подтверждают тот факт, что в теории и практике туристского образования накоплен значительный опыт, который может стать основой развития системы профессиональной подготовки кадров для сферы туризма:

- определены философские и культурологические аспекты профессиональной подготовки кадров для сферы туризма (В.Антоненко, И. Зязюн, А. Левицкая, Я. Любимый, В. Пазенок, Т. Пархоменко, Р. Шульман, Ю. Яковенко, П. Яроцкий);

- исследованы экономические вопросы и проблемы сотрудничества (экономика, менеджмент, маркетинг) (Л. Агафонова, С. Балченко, А. Большой, В.Данильчук, А. Заикина, Н. Жукова, В. Ковешников, В. Корсекин, С. Роман, В.Сахаров, А. Сабодош);

- осуществлен анализ использования информационных технологий в сфере туризма (А. Мараховский, А. Будя);

- научно обоснованы правовые аспекты туристической деятельности (В.Бабкин, А. Нелин, Я. Шевченко, Н. Цюрюпа);

- раскрыты перспективы развития региональной рекреации и туризма (А.Бейдик, О. Любичева);

- исследованы основы туризмологии (А. Дурович, И. Зязюн, В.Квартальный, В.Котляров, Д. Небель, Ж.- М. Оернер, С. Перро, Д. Ризон, А. Фарбер, Л. Фостер).

Обобщая зарубежные научные труды педагогов, психологов, философов, экономистов, социологов, можно выделить такие сферы научных проблем в туристической деятельности, как:

- общие вопросы становления и развития туристского образования (П.Гамбл, Ф. Го, В. Лапаж, К. Маки, Д. Павесик, К. Патлов, А. Перлберг, А.Полок, Д. Пратт, Д. Ричи, Г. Хайвуд, Д. Хасс, Д. Хаукинс, Е. Шафер, Д.Еванс);

- проблемы стандартизации в сфере туристского образования (П. Адей, В.Сведлов, С. Доулер, Г.Кибеди, Г. Леер, П. Ботт, А. Халл, А. Шаде);

- вопросы качества профессиональной подготовки кадров для сферы туризма (Д. Банк, Л. Берри, К. Витт, А. Мулеманн, Д.Николлс, А. Парасураман, В. Цайтхалм, Р. Хилл);

- проблемы мотивации и адаптации в сфере профессионального туристского образования (К.Амес, Р. Амес, А.Ашмен, Д.Аргирис, Р. Аткинсое, Д. Аусабель, Д. Баннистер, А. Бандура, Г. Борнстайн, Д. Брофи, С.Бернс, Т. Гуд, Е. Деси, К. Пули, Г. Марш, Р. Райян, О. Хелмер, Р. Шавельсон);

- решение проблем управления трудовыми ресурсами в сфере туризма (Ф. Бергер, Д. Джафари, Л. Кларк, К. Каргилл, С. Фаус-Сола, Д. Чоу);

- осуществление заданий повышения квалификации в сфере туристической деятельности (Р. Брент, Р. Спаров, С. Смит). Результаты изучения разнообразных источников и анализ практического опыта подготовки кадров для туристической сферы свидетельствуют о наличии в данной отрасли противоречий между:

- современным уровнем профессиональной подготовки кадров в данной сфере и новыми требованиями гиперинформационного общества;

- проблемами глобализации всех сфер жизнедеятельности и особенностями национальных образовательных систем;

- расширением поля профессиональной деятельности на отечественном и зарубежном рынках труда и недостаточным уровнем подготовки кадров и отсутствием мониторинга локальных потребностей в специалистах для сферы туризма с учетом динамики перемен в разных сферах социальной, политической и экономической деятельности общества;

– признанием туристских квалификаций, образования в целом, различными международными квалификационными комиссиями и отсутствием общих стандартов в процедуре международной аккредитации;

– отсутствием стандартов качественных характеристик специалистов сферы туризма и критериями оценки результативности профессиональной подготовки кадров туристской отрасли;

– различными ожиданиями при создании образовательных систем в туризме и недостатком консолидирующих рабочих условий и координации действий между участниками образовательного процесса.

Решение данной проблемы предусматривает коренную перестройку системы подготовки кадров, принятие новых законодательных документов, создание инновационных учебных программ и планов, которые будут отвечать мировым стандартам профессиональной подготовки кадров в сфере туризма. Как свидетельствует анализ научных разработок, комплексное исследование проблем подготовки кадров для сферы туризма не проводилось.

Необходимость разрешения отмеченных противоречий, которые становятся помехой на пути разрешения актуальных проблем, социальная значимость процесса совершенствования профессиональной подготовки специалистов для сферы туризма, недостаточная теоретическая и практическая разработанность проблемы определяют актуальность темы исследования «Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в странах-членах Всемирной туристской организации». Сложность и многоаспектность процесса профессиональной подготовки специалистов туристической сферы, ее динамический комплексный характер обусловили необходимость исследования с позиции системного подхода, который проявляется в понимании целей, методов, форм, способов и педагогических технологий.

На основе анализа научного дискурса психолого-педагогической и философской литературы определены основы технологического процесса профессиональной подготовки кадров для сферы туризма, которые заложены в таких категориях:

- специализация и обучение профессии в сфере туризма;
- повышение квалификации;
- подготовка педагогов для обучения кадров туристической деятельности;
- практика на туристском предприятии;
- концепция обучения конкретной профессии данной сферы;
- содержание обучения по конкретной специализации;
- требования к контролю качества обучения и экзаменационные требования как высшая ступень этого контроля;
- образовательная политика учебного заведения в конкретном регионе мира;
- реформирование образовательной системы подготовки кадров для сферы туризма целью усиления ее конкурентоспособности на мировом рынке труда.

Результаты анализа трансформационных процессов, осуществляющихся на современном этапе развития общества, свидетельствуют о том, что формирование дидактических систем подготовки специалистов для сферы туризма в странах-членах ВТО определяется характером связей между стратегическими компонентами (принципы, способы передачи содержания), тактическими компонентами (принципы, структура содержания, формы организации и методы обучения, способы контроля) и важными факторами внешней среды (культура, технология, методология). Эти связи возникают в системе в процессе ее создания и адаптации до динамических характеристик социума.

ГЛАВА I.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ & МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

I.1. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

XXI век принес целый комплекс сложных проблем, связанных с дезорганизацией научной и технической деятельности человека и ее глобальными последствиями.

Попытки реорганизации высшего образования в Европе начались в 1957 году с подписанием Римского договора. «Первая глобальная революция» – такой было название отчетов Римского клуба, опубликованных в 1991 году, в которых подчеркивалось, что человечество разрушает планету и подготавливает разрушения все больше и больше, получая материальную выгоду от эксплуатации природы.

Ударная волна, прокатившаяся по миру, разрушила систему ценностей и веру, не оставив никаких ориентиров. Авторитеты рухнули, мир усложнился, неопределенность возросла, будущее глобальное сообщество вырисовывается очень трудно, растет число нерешенных проблем, в крупных городах все еще наблюдаются вспышки насилия, угроза международного терроризма стала постоянной, распространились наркотики и связанные с ними преступления.

Все это неотвратимо становится нормой жизни.

Родители и учителя не могут обеспечить соответствующее новой ситуации воспитание рано взрослеющей молодежи, которая лучше них ориентируется в потоке информации, позволяющей ей упрекать старшее поколение в безответственности.

Не умея различать дух и букву традиционных ценностей, молодежь полностью отвергает их, пытаясь создать собственные. Рок-музыка, технические новинки и кока-кола стали символом нового поколения, которое африканский историк Ки-Зербо удачно окрестил «хомо кокаколенс».

Оно очаровано обществом потребления, не обладая соответствующими финансовыми возможностями, не уверено в будущем, которое станет борьбой за выживание в условиях жесткой конкуренции и безработицы.

Главная ценность общества – семья – оказалась разрушенной. Молодые воспитатели перенимают нравы и привычки молодежи, более старшие, утратив авторитет, потеряли уверенность в себе, заражая воспитанников своими сомнениями. Единственный выход – внимательно прислушиваться к детям, налаживая диалог поколений.

В последнее время часть молодежи пытается вернуться к истокам культурных и религиозных традиций в поисках выхода из жестокой реальности. Но на этом пути, особенно при обращении к исламу и псевдорелигиям, разочарование в западной модели развития может привести к фундаментализму и фанатизму. Национализм, ставший, в частности, заметной силой процесса дезинтеграции стран Восточной Европы, приобрел устрашающие масштабы. Старая концепция нации-государства легко порождает нетерпимость, конфликты, расизм.

Многочисленные потоки мигрантов, нарушая внутригосударственное равновесие, угрожая культурной самобытности, усиливают ксенофобию. В сущности, все противоречивые тенденции – стремление сохранить культурное своеобразие и создание обширных региональных союзов типа ЕЭС – взаимосвязаны. Противоречие между ними возникает в контексте нынешних политических систем, жестко связанных с понятием нации-государства, на смену должно прийти сообщество различных культур. «Недуги» неизбежны при больших переменах.

Возрождение не бывает мгновенным и безболезненным, особенно при существующем разнообразии общественных систем, культур и традиций.

На пути к гармоничному сообществу нельзя поддаваться соблазну добиться единства, подавляя разногласия или заранее смиряясь с ними. Из трех миров, представленных промышленно развитыми, коммунистическими и развивающимися странами, сегодня второй исчезает на глазах, а третий взорван. За время, прошедшее после Бандунгской конференции и создания Движения неприсоединения, не осталось ничего общего между «азиатскими драконами» и Бангладеш или Гаити, Марокко и Буркина-Фасо, или даже в одной стране, Бразилии, между процветающим районом Рио-де-Жанейро и страдающим от голода северо-востоком.

Противоположные интересы раздирают на части страны и регионы. Для глобальной гармонизации первым делом необходимо национальное примирение.

В международном масштабе чаще всего поднимаются следующие спорные вопросы:

- неравенство между бедными и богатыми;
- неравный доступ к образованию и информации;
- религиозная, национальная, а в некоторых странах и возрастная дискриминация;
- социальная несправедливость;
- несоответствие прав и обязанностей, привилегий и ответственности;
- противоречия между дисциплиной и своеволием;
- несоответствие экономического роста и жизненного уровня;
- общественное недовольство в безличном благополучном государстве;
- расхождение между материальными и духовными потребностями.

Недуги человечества обостряются непониманием между высшим руководством и народом, конфликтом разума и чувства. Человечество должно поставить перед собой общую цель – выживание, и лишь тогда можно будет привести различные интересы, если не к полной гармонии, то хотя бы к терпимому равновесию.

Большинство перечисленных трудностей существовало всегда. Но они, получив глобальный масштаб, стали частью глобальной революции. Надо понять, что эти недуги порождены старым мышлением, отражающим наши страхи и агрессивность.

Впервые в истории человечество столкнулось со столь грозными опасностями – утратой способности к управлению, несбалансированным экономическим ростом, нехваткой продовольствия и ресурсов, загрязнением среды, энергетическими кризисами, демографическим взрывом, усилением миграции, изменениями мировой геополитической ситуации.

Все эти проблемы взаимозависимы и, взаимодействуя друг с другом, образуют то, что Римский клуб назвал «мировой проблематикой».

Мировая общественность обратила на одни из них, например экологию, пристальное внимание, оставив в стороне другие, подобно демографическим процессам в странах Юга, не понимая их подлинных масштабов и влияния. Традиционные управленческие структуры не могут справиться с клубком задач, люди беспомощны перед сложившейся ситуацией.

Крупнейшие мировые державы, такие, как США, не задумываясь, посягают на международное право всякий раз, когда задеты их интересы. Религии дают повод для развязывания губительных конфликтов – христиане убивают христиан в Ирландии и Ливии, во имя Аллаха ведутся братоубийственные войны. Израиль, считающий себя призванным следовать начертанной Богом миссии, не задумываясь, нарушает подписанные им резолюции ООН.

Человечество должно ответить на брошенный ему вызов. Это глобальный вызов, и ответ на него тоже должен быть глобальным.

Подобное беспокойство пронизывает воззвание «Внимание человечеству», подписанное 18 ноября 1992 1500 учеными из 68 стран и адресованное главам государств всего мира.

XX век передал особое наследство веку XXI: противоречивые и запутанные проблемы, решение которых требует новых подходов, разрешение концептуальных идей в различных сферах человеческой жизнедеятельности.

Туристическая отрасль успешно развивается за последние 30 лет. В большей степени своим успехом туризм обязан широкой практике использования различных инноваций в своей сфере.

Цифры и факты наглядно показывают, что такое развитие туризма ожидается и в ближайшем будущем. XXI век характеризуется очень быстрым развитием международного туризма.

В последнее десятилетие он приобрел массовый характер. Этому способствовало, как определенные объективные факторы (повышение жизненного уровня во многих странах), так и деятельность международных, региональных и национальных туристских организаций, требующих от государств обеспечения большего доступа к туризму для разных слоев населения.

Большое значение для поддержания культурных контактов и осуществления тесной связи между народами имеет деятельность ВТО и других туристических организаций всемирного характера – ООН, особенно ЮНЕСКО. С помощью ЮНЕСКО международные туристические организации провели ряд международных конференций по различным вопросам развития общества и культуры. Международный туризм, безусловно, способствует процессу взаимодействия культур различных регионов и народов мира и их взаимообогащению.

Современное человечество состоит из многочисленных сообществ, более 200 государств, говорит 2000 языками, исповедует множество религий.



В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная отрасль экономики, которая наиболее быстро развивается, обеспечивая приток иностранной валюты и создания рабочих мест. Туризм является одной из самых эффективных и самых перспективных отраслей народного хозяйства, опередившая по экономическим показателям даже автомобильную промышленность и заняла второе место после компьютерной.

В мировой экономике важной и неотъемлемой частью является – туризм. Доля туризма в мировом ВВП составляет около 9% и около 30% в мировом, экспорте услуг 6% от объема мировой торговли, – эти данные взяты по материалам Международной туристической организации.

В области туризма работает более 235 млн. человек или каждый 12 работник.

В 2013 году услугами туристической отрасли воспользовалось 983 млн. международных туристов, в 2014 году их количество превысило 1 млрд. человек.

Общий товарооборот мирового туризма в 2015 году составил \$1200 млрд. (в 2014 году – \$1030 млрд.). По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям косвенный доход туристической отрасли в 2014 году составил \$3 трлн., а опосредованный доход – \$22800 млрд.

Доходы от туристической отрасли в 2014 году превысили доходы от автомобильной промышленности. Количество работающих в области превысила 260 млн. человек.

За последние 20 лет туристические потоки в мире выросли почти в 2,2 раза, с 435 млн. человек в 1990 году до 675 млн. человек в 2000 году и 940 человек в 2010 году.

В 2014 году по данным ЮНВТО в мире путешествовало более триллиона человек.

Все указанные факторы сделали туристическую сферу одной из основных отраслей, которая влияет на общее состояние и тенденции мировой экономики. Соответственно возросло внимание к туризму со стороны мировых организаций.

Лидеры стран G20 в декларации по итогам ежегодной встречи в 2016 году, признали «важность индустрии путешествий и туризма как средства создания рабочих мест, обеспечения экономического роста и развития». Они взяли на себя обязательства «разрабатывать инициативы для облегчения поездок, способствуя созданию рабочих мест, обеспечению достойной работы, сокращению масштабов бедности и обеспечения глобального экономического роста».

«В условиях нынешней экономической неопределенности туризм является одним из немногих секторов экономики в мире, который активно развивается, стимулирует экономический прогресс как в развивающихся, так и развитых странах и, что еще более важно, создает столь необходимые рабочие места», – заявил Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи, открывая Глобальный форум экономики туризма.

В 2016 году Всемирный экономический форум ввел анализ мировой туристической отрасли и расчет индекса конкурентоспособности туризма и путешествий, что позволяет оценить конкурентоспособность туристической отрасли отдельных стран мира.

Каждый год растет количество стран, представленных в рейтинге Всемирного экономического форума, так в 2007 году оценивалась туристическая конкурентоспособность 124 стран, в 2013 году в рейтинг попало уже 139 стран, что свидетельствует о растущей популярности и важности данного рейтинга.

Поступления от туризма в мире выросли в 300 раз за 50 лет – из \$2 млрд. в 1950 году до \$600 млрд. в 2015 году. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку, и Австралию вместе взятые.

В 1950 году в мире было совершено 25 млн. международных туристических поездок, в 2000 году – 800 млн., в 2020 году ожидается 1,5 млрд. В 2015 США посетили 45,5 млн. туристов (доход страны от туризма – \$68,4 млрд.), Францию – 76,5 млн. туристов (\$29,3 млрд.), Испанию – 49,5 млн. туристов (\$27,3 млрд.), Россию – 20,2 млн. туристов (\$6,3 млрд.).

Международный туризм входит в число трех крупнейших отраслей, уступая автомобилестроению и нефтедобывающей промышленности, удельный вес которых в мировом экспорте 11% и 8,6%.

Туризм стал составной частью стратегических концепций экономического и социального развития. Туризм пытались и пытаются развивать страны, имеющие совершенно различные экономики и политические системы. К примеру, после распада СССР и прекращения советских субсидий Кубе туризм стал основным двигателем экономики острова Свободы.

В 90-е годы Ирак организовал международную рекламную кампанию: «От Навуходоносора до Саддама Хусейна: 2240 лет мира и процветания».

Многие страны использовали туризм для того, чтобы трудоустроить людей, потерявших работу из-за упадка каких-либо других отраслей экономики. В мире достаточно много государств, получающих львиную часть своих доходов за счет туристов. Так живут европейские Монте-Карло и Сан-Марино, бюджет которых на 90% формируется за счет туристических поступлений.

На Кипре в сфере туризма занято 25% людей трудоспособного возраста. Даже в странах, имеющих диверсифицированные экономики, образуются специальные туристические зоны.

Лос-Анджелес в США менее чем за столетие превратился из маленького городка в огромный мегаполис. Причиной тому послужил его мягкий климат и близость к океану, что позволило ему стать популярным местом отдыха, нарастить и другие экономические мускулы.

Историк Фебе Кропп, автор исследования «Культура и память современного американского места», утверждает, что туристы трансформируют мир под свои нужды.



Причем, когда меняются туристы – меняется и мир. Она описывает показательную метаморфозу, произошедшую с калифорнийским городком Палм-Спрингс.

В начале XX века это был маленький курорт для туберкулезных больных. В 50-е годы он стал любимым зимним местом отдыха для элиты западных штатов США.

В 60-е – популярным среди голливудских кинозвезд курортом. В 70-е годы он преобразился вновь – на сей раз его облюбовали состоятельные пенсионеры.

В 90-е Палм-Спрингс стал местом отдыха геев и лесбиянок. В начале XXI века произошла новая метаморфоза: местное индейское племя создало на своей территории казино, в результате Палм-Спрингс начал превращаться в центр игорного бизнеса.

ВТО в своей классификации выделяет страны, являющиеся преимущественно поставщиками туристов: США, Бельгия, Дани, Германия, Голландия, Нова Зеландия, Швеция, Канада, Англия и страны, являющиеся принимающими туристов: Австралия, Греция, Кипр, Португалия, Франция, Швейцария, Египет. Международный туризм обеспечивает крупнейшие в мире поступления от экспорта. Он является важным фактором обеспечения платежного баланса для большинства стран. За последние годы значительных успехов в индустрии туризма добилась Польша.

Еще в 1985 и 1990 годах, по данным ВТО, эта страна занимала 17 и 19 места в Европе по приему туристов. А в 1996 году Польша поднялась на шестое место, приняв 19,4 млн. человек и получив \$8,4 млрд. дохода. Для Польши характерным является особенно большое число визитеров – туристов, которые не остаются на ночлег.

Глобализация мировой экономики, динамично развивалась в 1990-х годах – начале XXI века и повлияла и на развитие туристического сектора. Рост спроса на туристические услуги привел к образованию острой конкуренции и распространению многих наднациональных корпораций в туристической торговле и гостиничной индустрии.



Распространенное использование новейших технологических решений, наряду с другими современными средствами транспорта, компьютерными системами бронирования и резервирования гостиниц, продажей туристических путешествий или современных линий обслуживания привело к зарождению феномена международного массового туризма, получившего название «технизированный туризм». Современный туризм, развиваясь постепенно, незаметно сумел проникнуть в очень многие сферы деятельности, превращаясь в выдающееся явление нашей жизни, внося свои изменения в повседневную жизнь и мироощущение человека.

Рост популярности туризма требовал развития инфраструктуры, и материального обеспечения путешествий. Это дало толчок развитию многих отраслей экономики, поэтому туризм превратился из простого преодоления маршрута или комфортного отдыха, в клубок взаимоотношений, контактов и событий, тесно переплетенных между собой, и постоянно сопровождающих туриста в пути.

Высокий уровень популярности туризма способствовал появлению собственной индустрии туризма, которая активно развиваясь, привлекает в различные отрасли экономики значительные финансовые инвестиции, оказывая влияние на мировую экономику. 11% товаров потребления, 7% всех инвестиций в мире, приблизительно 6% мирового валового национального продукта, практически каждое 16-е рабочее место приходится на туристическую сферу.

Активный туризм, являясь сильным экономическим стимулом развития страны и общества, также еще и очень полезен для здоровья, делая тем самым рассматриваемую проблему более актуальной. Наряду с активным туризмом существует «дикий» туризм, тесно примыкающий к активному, приверженцы имеют своей целью посещение того, или иного места и осмотр тех или иных достопримечательностей. Основное отличие «дикого» туризма от активного состоит в том, что маршрут предстоящего путешествия не «заявлен».

На смену индустриальной эпохе, в которой основной ценностью было материальное благополучие, приходит постиндустриальная эпоха, где главной целью являются впечатления и ощущения. Немаловажными факторами, влияющими на развитие туризма стали развитие транспорта, связи, растущей мобильности, урбанизация, сокращение рабочего времени, рост общественного богатства. В этих условиях социально-экономические позиции туризма быстро укрепляются. Его доля в мировой торговле услугами составляет более 30 %.

На мировом рынке туристский продукт лидирует наравне с нефтью.

Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 35 %. Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса и сегодня использует до 7 % мирового капитала.

Годовой доход от международного туризма ещё в 2011 году оценивался в \$ 573 млрд.

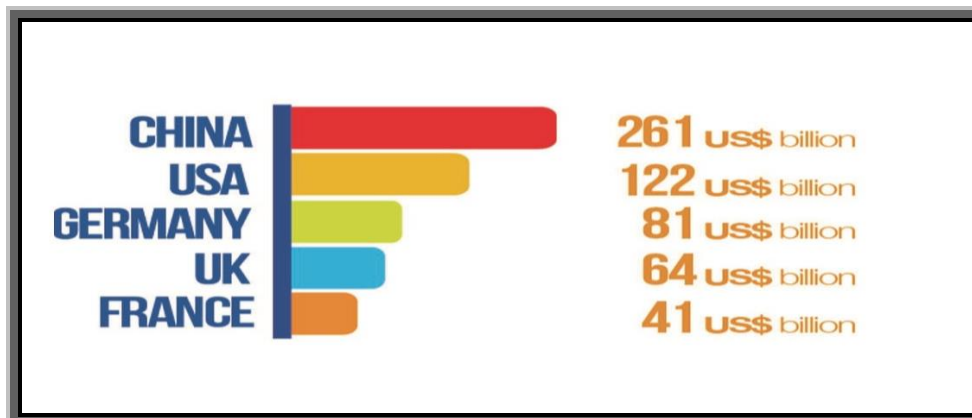
При этом совершено было 1567 млн. международных путешествий. Туризм обеспечивает работой 137 млн. человек. Быстрое усиление финансово-экономических позиций туристической отрасли привело к тому, что во многих странах мира туризм стал существенным фактором регионального развития. Органы территориального управления различных иерархических уровней, от графств и районов до федеральных властей, заботятся о развитии туризма и местностей, обладающих ценными рекреационными ресурсами.

Туризм рассматривается как катализатор региональной экономики, позволяющий задействовать не только весь комплекс рекреационных ресурсов, но и наиболее эффективным образом использовать совокупный производственный и социально-культурный потенциал территории при сохранении экологического и культурного разнообразия. Исходя из этого, власти инициируют разработку стратегии туристической активности, совместно с бизнесом – разработку туристической инфраструктуры, создание национальных парков и рекреационных зон, привлечение инвестиций и рост числа визитов в регион. Согласно данным в 2015 году число только международных туристических поездок составило около 1 млрд. (в 2004 году – 766 млн.).

На Европу пришлось 544 млн. прибытий, на страны Азиатско-Тихоокеанского региона – 156 млн., на Северную и Южную Америки – 133 млн., на прочие регионы – 75 млн.

Туристический продукт окончательно превратился в экономическую категорию лишь в условиях массового туризма.

Интенсивность туризма – показатель, дающий представление о том, какая часть населения страны ежегодно совершает хотя бы одну поездку. Когда интенсивность туризма выше 50 %, можно говорить, что в данной стране туризм имеет массовый характер. В 2011 году мировой туризм окончательно закрепил свой выход из кризиса – тут эксперты единодушны.



Расходы на туристическую деятельность.

Тенденции увеличения прибыли и количества туристов сохранятся в ближайшие несколько лет, а в нынешнем году, вполне возможно, будет даже поставлен новый рекорд по количеству путешествий. Ежегодно в мире на туристические путевки тратится более \$6-6,5 трлн. 12% всех инвестиций – доля туристической отрасли. Ежегодно в отрасли «отдыхающего бизнеса» создается более 210 млн. рабочих рук и производится 11-12% глобального ВВП.

В турбизнесе Германии занято 100000 человек. Для Испании туризм – основной источник дохода для 15% активного населения страны. Берлин ежегодно посещают 140 млн. туристов. Испанское побережье успевает обслужить от 60 до 80 млн. иностранных отдыхающих.

В целом Адриатическое и Средиземноморское побережья Турции привлекают до 240 млн. отдыхающих с весны и до Рождества. Из них 2 млн. – россияне, которые тратят в Турции до \$2 млрд. в год. Число туристов в мире неуклонно растет.

За первые восемь месяцев 2016 года путешествия за границу совершили 578 млн. человек, что на 25 млн. человек больше, чем за аналогичный период в 2015 году (553 млн.), сообщается в докладе ВТО. 2015 год стал рекордным годом для мирового туризма: в общей сложности иные страны посетили 806 млн. человек.

Согласно экономической теории туризм – это особый вид хозяйствования. Благодаря туристическим потокам в мире живут авиакомпании, отели и производители, причем самых разнообразных товаров, работ и услуг. Авторы доклада под названием «Барометр мирового туризма» констатируют, что в 2016 году туристов было на 4,6% больше, чем в 2015 году.

Лидирующую роль в этой экономической гонке занимает Африканский континент, наибольший рост туристических потоков – 9,8%.

Рост показателей здесь почти вдвое превысил среднемировые – 8,1%. Наилучшие результаты у стран южнее Сахары – 9,4%, выше средних у Северной Африки – 5,8%. Основная масса туристов побывала в Южной Африке, Кении, Мозамбике, Свазиленде и Марокко.

Вторым по популярности направлением являются страны Азии и Тихого океана: число туристов туда увеличилось на 8,3%. Восстановившись после цунами 2014 года и отработав новые туристические направления, поток международных туристов увеличился на 10,1%.

Половиной этого роста субрегион обязан Индии. На третьем месте остаются государства Ближнего Востока, несмотря на эскалацию напряженности в регионе.

На Ближнем Востоке, после очень успешных 2014 и 2015 годов, международное туристическое прибытие оценивают в 4 %. Это ни много, ни мало – 40,8 миллиона человек (в 2005-ом этот показатель составлял всего 39.2 млн. человек) и это несмотря на общую геополитическую ситуацию связанную, в частности, с израильско-ливанским кризисом.

Число туристов, посетивших Ближний Восток за 8 месяцев 2016 года, выросло на 6% по сравнению с тем же периодом 2015 года. Эксперты прогнозируют, что к концу 2017 года масштабы туризма в регион превысят прошлогодний показатель на 7,2%.



Рост в 4,3 % для Америки может казаться неутешительным, однако, региональные результаты изменились значительно. Общий подъем туристического потока в США не смог достаточно компенсировать отставание Канады и Мексики.

С другой стороны Центральная (6.1 %) и Южная Америка (7.2 %) показали, что Латинская Америка готова укрепить положительный результат роста последних лет. В Чили, Колумбии, Гватемале, Парагвае и Перу рост показателей отличался двузначными цифрами. Европа за прошедший год показала запланированный рост – 4%. Лидером оказалась Германия.

Положительный результат в общий вклад внесли также Италия и Испания.

В 1950 году международных туристов насчитывалось не более 20 млн. человек.

В США есть целые штаты, экономика которых базируется только на индустрии туристического обслуживания приезжих гостей. \$45,2 млрд. или свыше 6% американского ВВП, – оборот туристической индустрии. Таиланд, Испания, Ватикан, Турция, Египет, Багамские острова на 50-70% зависят от того, насколько их хозяева отелей, ресторанов, тур- и авиакомпаний угодили и услужили туристам. Китай и Индия тоже не хотят оставаться в стороне от шальных выручек от туризма.



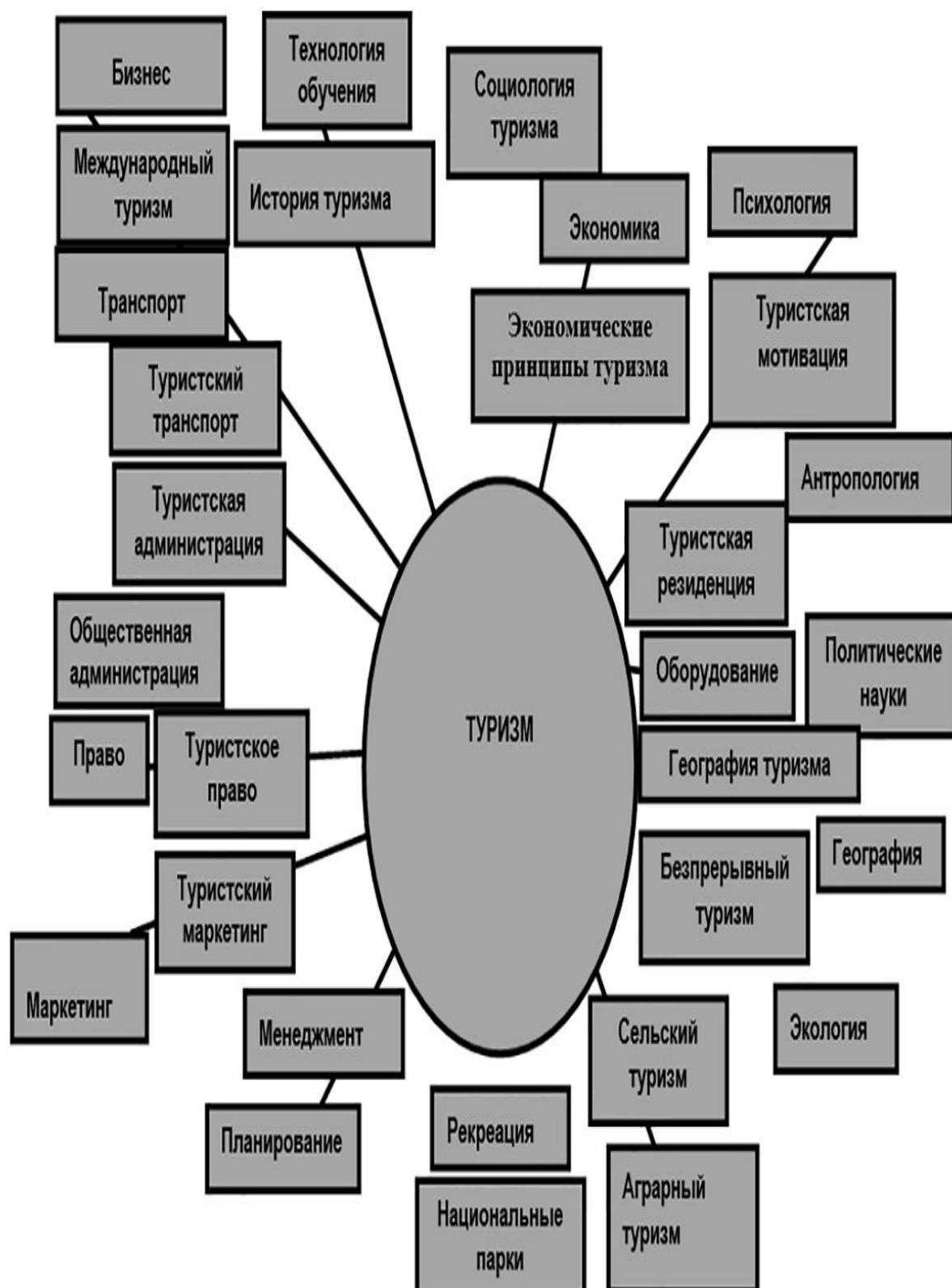
Туристические потоки ежегодно растут не менее чем на 5-10%. География мест отдыха, лечения и развлечений стабильно расширяется: на рынок регулярно выходят новые игроки.

Итоги 2016 года превзошли все ожидания и прогнозы, которые высказывали эксперты ВТО в начале года. Увеличение международного числа туристов до 842 млн. (темпы роста 4,5%) – такие цифры показала мировая туристическая отрасль за минувший год.

Больше того, как показывает кривая «Барометра мирового туризма» 2017 год укрепит этот результат и станет уже четвертым годом продолжительного роста.

По словам Ф. Франжиалли Генерального секретаря ВТО: «Еще год назад, несмотря на риск снижения роста, грозивший мировому туризму в связи с терроризмом, вирусом птичьего гриппа и повышающихся цен на нефть – 2016 год стал годом хорошего роста, обновив прогнозируемый долгосрочный прогноз (4.1%), сохраняющийся в течение длительного периода устойчивого экономического развития». Положительные результаты отрасли внесли свой вклад в общее развитие экономики. Очевидно, что туризм – самый динамичный сектор экономики, – может стать главным рычагом стабильного развития. Три года назад мировой туризм пересек рубеж 800 млн. международных прибытий в год, показав за текущий трехлетний период темпы роста в 20%. Согласно прогнозам показатель роста международного туризма составит около 4% с ежегодным темпом роста 4,1% до 2020 года. Эта уверенность вызвана тем, что туристические фирмы, потребители, правительства и международные учреждения в настоящее время готовы отразить любые удары и более эффективно отвечать на кризисные ситуации.





Благоприятный прогноз мировой экономики говорит о том, что положительная тенденция, сложившаяся в туризме за последние три года, в 2017 году должна только укрепиться.

В большей степени своим успехом туризм обязан широчайшей практике использования всевозможных инноваций в своей сфере. Цифры и факты наглядно показывают, что такое развитие туризма ожидается и в ближайшем будущем.

Основная мировая туристическая тенденция – это консолидация. 70% мирового рынка туристических услуг сосредоточено в руках нескольких тысяч крупных туристических компаний.

30% – это средние, мелкие и микро-фирмы. В той же Германии на благо 40 млн. выезжающих туристов работает всего 1000 агентств. Одна из крупнейших в мире авиа- и туристическая компания ТУИ имеет годовой оборот в размере € 6-7 млрд.

Оборот одного популярного европейского отельного холдинга (30 отелей по всему миру) составляет не менее € 50-100 млн. в год.

Главное направление в экономике туризма – это развитие малого бизнеса.



Германия вложила миллиарды марок в развитие малого бизнеса Берлина.

Сегодня Берлин уступает только Лондону и Парижу по количеству туристов.

Предприниматели обеспечили столицу Германии 580 отелями и пансионатами, сотнями хостелов, молодежных баз и кемпингов, спа-центрами и домами отдыха.

Китай пошел по тому же пути – материально поддерживал малые турфирмы. Щедрое вложения окупаются сторицей. Местные провинции ежегодно посещает до 650 млн. местных и зарубежных гостей. Благодаря чему доходы от туризма в Китае достигают \$62-65 млрд. в год.

Ожидается, что туристы из Поднебесной будут тратить на отдых не менее \$ 5000 за 10 дней. Однако, в данной сфере существуют проблемы с профессиональным обучением кадров, соответствующих современным потребностям отрасли.



Проанализировав ряд авторитетных источников (Всемирный Туристический Форум – World Travel Monitor Forum), сделав выводы из реалий туристического рынка, выделяют 10 ключевых трендов, определяющих будущее туризма в целом и, в частности, в Украине.

По всему миру смещается сезонность и происходят существенные сдвиги в общей структуре спроса. Многие опытные туристы выбирают отдых не просто «летом на пляже» или «зимой на лыжах». Стереотип отпуска в летнее время постепенно ломается по нескольким причинам. Одной из причин сдвигов сезонности является изменение посткризисного сознания: у людей появилось понимание, что жизнь проходит сейчас, важно обращать внимание на семью, личностное развитие, здоровье и физическую форму.

Собственники бизнеса, менеджеры среднего и высшего звена готовы путешествовать в бизнес-сезон (осенью). Еще одна причина – изменения в климате. Экстремальную жару летом лучше переждать дома, а холодную зиму в теплой стране.

Этой зимой небывалой популярностью у украинских туристов пользовалась Шри-Ланка, а 50% туристического потока на острове составляли туристы из Европы.

Появились принципиально новые виды туризма – гастрономический туризм, дегустационные туры, диетические, шопинг-туры, туры-детокс, серф-туры (научиться серфингу).

В структуре спроса происходит смещение приоритета со «стандартных» туров (пляжного отдыха) в пользу экскурсий и специальных программ. Особую популярность приобретают экстремальные путешествия: на воздушном шаре, выживание в джунглях, экспедиции в Арктику, на Камчатку, вплоть до путешествий в космос. Исследовательская компания *Tourism Control Intelligence* отмечает, что уже в ближайшее время Антарктида станет крупным центром экотуризма – там будут построены отели, рестораны и другие объекты инфраструктуры. Растет популярность событийного туризма – поездки на пивной фестиваль, рок-концерт известной группы, футбольный или теннисный матч. Особенно актуален этот тренд в Украине, так как сумма посещения концерта внутри страны с хорошим местом в зале или на стадионе вполне сопоставима с поездкой с той же целью в соседнюю Чехию или Польшу, а впечатлений больше.

«Посткризисный» турист стал требовательным – как в отношении материальных ценностей, так и собственных впечатлений и потребностей.

Вкладывая в поездку минимум средств, он стремится получить максимум сервиса и впечатлений. Это не значит, что люди теперь меньше тратят, они стали внимательнее к своим затратам. Туристы стали лучше разбираться в отдыхе и его возможностях, они хотят за те же деньги получить более качественный сервис, комфортный отдых и насыщенную программу.

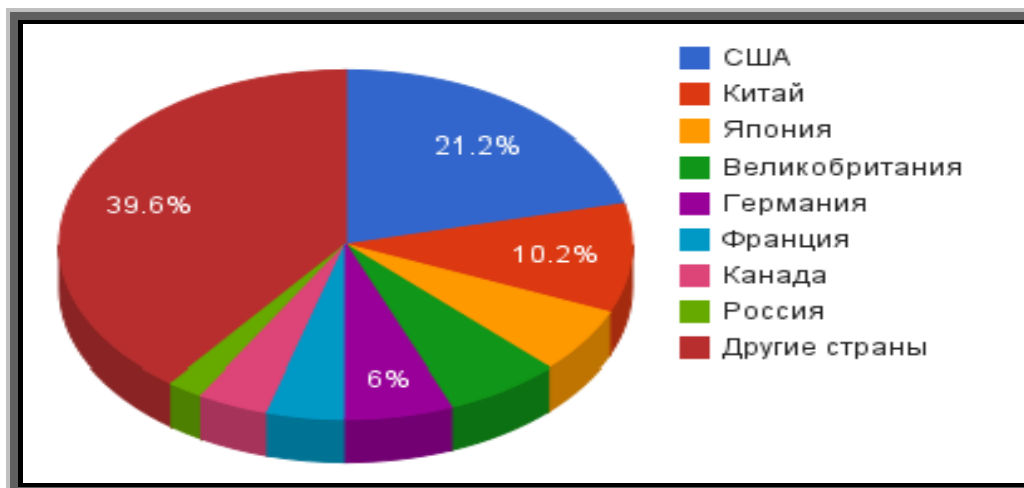
Расположения отеля «100 метров до пляжа» или *all-inclusive* теперь явно недостаточно.

Туристы стремятся заранее узнать, какой на пляже вход в воду, качество песка или гальки, кто проводит анимацию, какая кухня и разнообразие блюд, оформление номера, обслуживание и т.п. Вопреки прогнозам по снижению объема рынка, по результатам всемирного туристического мониторинга, в 2015 году общие затраты на международный туризм по всему миру возросли на 7%, до \$781 млрд. По сравнению с падением затрат на 9% в 2009 году эта тенденция свидетельствует о хороших темпах восстановления. В этом году эксперты ожидают, что больше всего готовы тратить на путешествия китайцы (прирост +22%), россияне (+26%) и бразильцы (+54%). Также в десятку входят Германия (+1,5%), США (+2,5%), Франция (+2,5%) и Италия (+3%).

Происходит перераспределение веса туристических направлений – во всем мире.

В нашей стране это во многом связано с тем, что очень сильны «турецкие» операторы и в связи с этим другим игрокам «приходится» делать акцент на других направлениях – Испании, Греции, Хорватии и т.д. На перераспределение также существенное влияние оказали форс-мажорные обстоятельства, которые отпугнули туристов от некоторых направлений – нападение акул в Египте, революции в ряде арабских стран, забастовки и угроза дефолта в Греции.

В некоторых случаях весомой оказалась ценовая политика операторов – несмотря на форс-мажорные обстоятельства, некоторые популярные среди украинских туристов страны не снизили цены на отдых (Марокко, Тунис). В это же время Испания, Греция и Кипр, относившиеся к числу довольно дорогих мест для отпуска, пошли на значительные скидки, что позволило им перебрать на себя поток туристов среднего класса, предпочитающих европейский сервис и безопасность по цене, сравнимой с североафриканскими странами. Все больше появляется опытных туристов, которым «приелись» стандартные туры в Египет и Турцию. По росту числа международных прибытий в течение 2017 года лидировала Европа (+8%). Это объяснялось выдающимися результатами, достигнутыми в Южной и средиземноморской Европе (+13%).



Самые популярные страны для туризма

Результаты в Западной Европе (+7%) свидетельствовали о восстановлении по сравнению с менее удачным прошлым годом, в то время как в Северной Европе (+6%) отмечался непрерывный устойчивый рост. В 2017 году число прибытий в Центральную и Восточную Европу увеличилось на 4%. «Европа и Африка (+8% в каждом регионе) – регионы, в которых наблюдается особенно быстрый рост международного туризма». По темпам роста в Американском регионе, где число прибытий в целом увеличилось на 3%, продолжает лидировать Южная Америка (+7%).

Рост в Центральной Америке и Карибском регионе составил 4%, причем в последнем регионе в октябре наблюдались несомненные признаки восстановления после ураганов «Ирма» и «Мария». В Северной Америке (+2%) значительные результаты, достигнутые в Мексике и Канаде, контрастировали со спадом в США, которые являются крупнейшим турнаправлением в этом регионе. Второе место среди регионов по темпам роста заняла Африка (+8%) благодаря уверенному подъему в Северной Африке (+13%) и убедительным результатам в странах Африки к югу от Сахары (+5%).

Рост в Азии и Тихоокеанском регионе (+6%) возглавила Южная Азия (+10%), значительное увеличение прибытий наблюдалось также в Юго-Восточной Азии (+8%) и Океании (+7%).

Результаты в Северо-Восточной Азии (+3%) носили смешанный характер: некоторые туристические направления сообщили о двузначных цифрах роста, в других отмечался спад.

Результаты, отмечавшиеся за период до конца октября на Ближнем Востоке (+5%), носили смешанный характер: некоторые направления уверенно восстанавливались, другие продолжали сообщать об устойчивом росте, однако в среднем показатели роста по региону ухудшились, что частично объясняется спадом в некоторых странах.

Что касается рынков выездного туризма, 2017 год отмечен резким повышением расходов на международный туризм в Бразилии (+33%) и России (+27%), которое последовало за продолжавшимся несколько лет спадом. Большинство других выездных рынков продолжали переживать устойчивый рост. Среди 10 ведущих рынков выездного туризма наиболее быстрые темпы роста расходов на международный туризм наблюдались в Китае (+19%), Республике Корея (+11%), США и Канаде (по +9%), а также в Италии (+7%). Расходы туристов из Германии, Соединенного Королевства, Австралии, Гонконга (Китай) и Франции увеличились на 2-5%.

Поездки стали короче и чаще. Посткризисное сознание повлияло на формирование «легких на подъем» туристов, которые проводят выходные в Европе или длинные уикенды в Азии (4-5 дней). Мировая гостиничная отрасль в этом году продолжит выход из кризиса.

Конечно, до полного восстановления еще очень далеко, но после 7%-ного падения количества проданных ночей в 2009 году, в 2015 году объемы возросли на 5%, до 5,7 млрд.



Ключевой тренд 2015 года, по данным, обнародованным на Всемирном туристическом форуме, заключается в том, что люди стали путешествовать чаще, но на более короткие сроки.

Цены на гостиничные номера повышаются, так как значительно возрос спрос, однако, эти тенденции по регионам сильно разнятся. Растут цены на номера в Азии, в Европе же ценовая ситуация немного выровнялась после резкого падения в течение двух последних лет.

Появился сегмент туристов, жаждущих получить собственные впечатления.

Им интересно не столько выложить фотографии в социальных сетях или похвастаться среди коллег (я был в Сингапуре или в другой экзотической стране).

Для представителей этого сегмента стало важным не просто «поставить галочку» о факте посещения, а действительно получить полезный опыт, переживания и собственные впечатления от путешествия. Для этих людей важны не пятизвездочные отели и готовые туры, но аутентичность, прикосновение к традициям другой страны. Они стремятся понять и прочувствовать другую культуру, быт, готовым жить даже в хостеле, но при этом не пожалеют денег на некую специфическую экскурсию или музей. Как правило, представители сегмента – люди среднего достатка (средний+).

Как раз на таких туристов ориентируется активно развивающееся в последнее время движение *Slow Cities* (зародилось в Италии) – сообщество небольших городов с населением до 50 000, которые делают упор на сохранении традиций в культуре, архитектуре, еде (*SlowFoods*), окружающей среде, и при привлечении туристов акцентируют свою уникальность.

В Украине растут потоки внутреннего туризма – увеличилось количество тех, кто отправился или планирует отдыхать в Карпатах, Одессе. В Карпатах выросла посещаемость лыжных курортов в Славском, Яремче, Тисовце и на Драгобрате. Кроме того, появилось и развивается направление «делового» туризма в крупных городах, особенно Киеве, Харькове, Днепропетровске. Это связано с развитием инфраструктуры в городах, принимавших чемпионат Европы по футболу в 2012 году: реконструируются и появляются новые городские и загородные клубы и комплексы, аквапарки, рестораны, стадионы, развиваются авиаперевозки и т.п.

Помимо украинцев, предпочитающих отдыхать в родной стране, в Украину стали чаще приезжать иностранные туристы – в основном, из России, Прибалтики, Европы.

В Украину собирается около 4% российских туристов, причем в самой стране интерес к внутреннему туризму упал с 29% до 20%. Наиболее популярны среди иностранцев Киев, Львов, Одесса, Крым и зимние курорты Карпат. Средний срок пребывания иностранных туристов в Украине – четыре дня, сумма затрат в стране – около \$600. Западные путешественники часто выбирают индивидуальные поездки, или круизы. Американские туристы предпочитают Западную Украину, а немцы и другие европейцы больше любят Крым.

Оформился сегмент туристов, предпочитающих самостоятельно строить поездки без покупки готового тура.

Они в состоянии составить маршрут, найти и забронировать гостиницы, приобрести билеты на транспорт, позаботиться о картах, еде, брони и входных билетах к различным достопримечательностям. Под этот сегмент зарождаются турагентства. Такие люди обычно очень заняты и готовы заплатить, чтобы всю подготовительную и организационную работу сделали за них клиент-менеджеры. В отличие от заказа тура, сформированного оператором, турист может существенно сэкономить (\$500 и €1000).

Социальные сети и мобильные технологии громко заявили о себе в туризме.

Как и в других сегментах бизнеса, в туризме наблюдается бурное развитие этой тенденции.

Туристы стали мобильнее, регулярно «серфят» в интернете со своего смартфона и большинство из них зарегистрированы в 1-2-5 социальных сетях.

По данным *Mandala Research*, 52% из 152 млн. взрослых американских туристов используют социальные сети и генерируют для экономики США \$102,9 млрд. за счет внутреннего туризма, по сравнению с \$ 69,5 млрд. от незарегистрированных пользователей. В Украине тенденция уже отчетливо видна – появляются агентства, продвигающиеся преимущественно в социальных сетях, а также сообщества туристов. Это объясняется тем, что фанаты социальных медиа путешествуют гораздо чаще тех, кто не вовлечен в различный интернет-интерактив.

В ближайшее время обычной практикой для туристов станут интерактивное бронирование, мобильные путеводители и советы зарубежных друзей по планированию путешествия в страну.

Появился специфический сегмент «здоровых и богатых».

Эти люди любят экологический туризм, заботятся об окружающей среде и готовы даже переплатить за «зеленый» отдых и услуги, выбирают более экологические способы путешествий, способствующие снижению выбросов CO₂, ведь мировой туризм, по оценкам экспертов, дает 5%-ную долю совокупных выбросов углекислого газа на планете (40% из которых – авиаперевозки, 32% – автопередвижения). Представитель этого сегмента стремится отдохнуть без вредоносного загара, любит все свежее и натуральное, стремится избегать химических и прочих добавок.

Эксперты мирового рынка считают, что это – премиальный сегмент ближайшего будущего в туристической отрасли. В мировом туризме наблюдается очередная революция, на этот раз туристы отдают предпочтение северным странам. Вдоволь накупавшись и назагоравшись на морских побережьях, посетив самые укромные уголки планеты, туристы начинают тяготеть к местечкам с благоприятной экологией, нетронутыми природными ландшафтами, величием естественных стихий.

Отдельные искатели приключений, мечтающие о холодной северной красоте, конечно, находились всегда, но в этом году туризм в Норвегии испытывает настоящий бум. Исландия, Ирландия, Финляндия. Даже Швейцария затмила перед европейцами прелести Турции и Египта.

В то время как популярные жаркие курорты привлекают в основном россиян, более холодные страны пестрят европейскими, японскими и американскими туристами.

Финляндия, привыкшая к «зимним» туристам, мечтающим встретить настоящее снежное рождество, теперь принимает отдыхающих круглый год.

По оценкам специалистов, такой ажиотаж вокруг отдыха в северных странах – это только начало туристической волны. Еще одним модным веянием в туризме стали автопутешествия.

Автопутешествия по дорогам Европы – это уже не новость. А вот поездка по дорогам России или Индии – это настоящий экстрим. На главном для мировой туристической отрасли ежегодном форуме *World Travel Market 2016*, прошедшем в Лондоне, объявлены тренды года в сфере путешествий. На этот раз авторы сосредоточили внимание на неочевидных тенденциях, набравших в течение года популярность для того или иного региона или страны.

«Путешествие-секрет» (США)

Тенденция к совершенно случайному выбору поездки набирает все большую популярность в США.

Суть заключается в следующем: желающий отправиться в путешествие буквально вслепую вытягивает билет, в котором сказано, куда именно он отправится. Размах секретности может быть совершенно разным, услуга «таинственного бронирования» предоставляет множество возможностей от простого выбора страны или отеля до приключенческого маршрута.

Главное – покупатель платит буквально неизвестно за что, вероятно – за эмоции. Далеко не каждое агентство готово взять на себя такую ответственность – пусть даже «вытягивает» направление сам покупатель. Ведущим на американском рынке назван запущенный в этом году компанией *American Express* проект *Nextpedition*. На сайте желающему предлагается пройти онлайн-опросник об интересах, хобби и опыте путешествий желающего пуститься в авантюру.

По его результатам определяется знак путешественника. Затем начинается часть оффлайн: по итогам консультации со специалистом компании составляется «секретный маршрут», основанный на знаке путешественника, бюджете, который он готов выложить на поездку, и других тонкостях, выведенных сотрудником на собеседовании.

И направление, и маршрут поездки остаются загадкой вплоть до ее начала. Вся необходимая информация рассекречивается поэтапно через мобильные средства связи.

«Палатка в чужом саду» (Великобритания)

В Туманном Альбионе тенденции еще более непредсказуемы: кто бы мог предположить, что можно добровольно захотеть разбить палаточный лагерь на лужайке совершенно незнакомых людей. Казалось бы, такое предложение должно находить своего покупателя, прежде всего, среди тех, у кого: во-первых – нет своей лужайки, во-вторых, совершенно нет финансового капитала и, в-третьих, есть непреодолимое желание провести время на природе, пусть ее размеры и ограничиваются десятиметровым частным садом.

«Авиабилеты по телефону» (Африка)

В этом регионе все несколько банальнее: на африканском континенте происходит невероятный рост использования мобильных технологий, выражающийся в значительном увеличении покупки авиабилетов и бронирования отелей-онлайн. Мобильный интернет захлестнул бедные слои населения в городских и сельских населенных пунктах, предоставляя людям возможность «приобрести поездку» минуя этап банка. Специальные платежные системы позволяют списывать деньги за билеты и все остальное прямо с телефонного счета. Африканцы, как показывают авторитетные данные, не боятся оставлять свои данные в интернете и начинают путешествовать активнее и удобнее.

«В гостях как дома» (Китай)

Китай должен стать третьей страной в мире по количеству расходов на путешествия по итогам 2016 года после традиционных лидеров США и Германии \$57 млрд. В связи с этим, особенно интересным представляется набирающая обороты тенденция отелей – сетевых – заявлять о «специальных предложениях для китайцев». Такие предложения касаются не скидок, а сервиса. В этом году такую программу под названием «Huanying», что по-китайски означает «добро пожаловать», провозгласила знаменитая сеть Hilton.

В китайский пакет услуг отель включает обеспечение специального сервиса на всем пути пребывания туриста в отеле – от трансфера до завтрака: обслуживание на китайском языке, возможность китайского меню в ресторане и китайские телевизионные каналы.

Ни экономический кризис, ни «арабская весна», ни японские природные катаклизмы не смогли помешать в 2016 году росту мирового туризма. Как сообщила ВТО, в прошлом году число туристических поездок за рубеж составило 980 млн., что на 4,4% больше, чем годом ранее.

Согласно статистике этого специализированного агентства ООН, рост достигнут главным образом за счет 6% скачка туризма в Европу, которую посетили на 29 млн. человек больше, чем в 2015 году.

На прежнем уровне – 50 млн. человек – осталось в 2016 году число туристов, побывавших на Черном континенте, турпоток в страны Северной Африки упал сразу на 12%.

На 8% снизилось число желающих посетить Ближний Восток – с 56 млн. в 2010 году до 51 млн. в 2016 году. Исключение составили Саудовская Аравия, Оман и Объединенные Арабские Эмираты, где зафиксирован стабильный рост туризма.

Из-за цунами и аварии на АЭС в Японии снизились темпы роста туризма в Азию – с 13% в 2010 году до 6% в 2011 году. В два раза – до 4% – снизились темпы роста туристского потока в страны Северной и Южной Америки. Если брать чисто финансовую сторону, то наибольший рост доходов от туризма в прошлом году зафиксирован в Гонконге (25%) и в США (12%). Следом идут Испания (9%) и Великобритания (7%).

Что же касается расходов, то здесь с большим отрывом лидируют туристы из стран с переходной экономикой. В прошлом году китайцы потратили на поездки за рубеж на 38% больше, чем годом раньше. У туристов из Индии и Бразилии этот рост составил по 32%. Для сравнения: немцы и американцы в прошлом году потратили на зарубежные туры соответственно на 4% и 5% больше.

«Международный туризм поставил в 2016 году новые рекорды, несмотря на непростые условия», – заявил генеральный секретарь ВТО Талеб Рифай.

Объемы мирового туризма продолжили восстановление и достигли роста почти на 5%.

Об этом заявила ВТО, сообщает *Le Monde*. После того как 2009 год стал «худшим за последние 60 лет» годом для туризма, в 2016 году произошел скачок на 6,7% – 2016 год продолжил тенденцию улучшения на 4,4%. Наибольшее количество туристов наблюдалось в Европе. На экономическом форуме представители ВТО обнародовали данные о доходах от туризма. Мировой доход от туризма за прошлый год составляет \$1,3 трилл. Мировой экономический кризис оказал негативный эффект на экономику многих европейских стран.

Однако в настоящее время она находится на пути восстановления, благодаря туристической отрасли. Именно туристическая промышленность – выгодный бизнес на сегодняшний день.

Туристический Оскар – ежегодная премия World Travel Awards:

Самое привлекательное туристическое направление – Великобритания.

Лучшее место в Европе для путешествий – Стамбул.

Лучший отель мира – дубайский Burj Al Arab.

Лучший отель Европы – французский Hotel Ritz Paris.

Лучший отель в России – Swissotel Красные холмы.

Лучший отель для проведения конференций – Corinthia Hotel в Петербурге.

Лучший отель на Украине – "Леополис" во Львове, – Crowne Plaza в Минске.

БРИК – группа из пяти быстроразвивающихся стран: Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика (*Brazil, Russia, India, China, South Africa*).

Показатели доходности отелей в Европе вернулись на докризисный уровень.

По данным Azimut Hotels Company, средняя загрузка европейских отелей составила 64% – это на 5,6% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Как отмечают отельеры, восстановление рынка не во всех странах идет одинаковыми темпами. Рост финансовых показателей отелей в сегменте 3-4* зафиксирован в Германии, Франции и Великобритании.

В Германии загрузка, увеличилась на 6% за период с января по октябрь и составила 63%, ключевой показатель доходности RevPar на 19% выше прошлогодних результатов.

В Чехии, Венгрии и Испании, напротив, зафиксировано снижение выручки за номер в среднем на 23%. «Причины падения сугубо локальные, в Венгрии это связано с экологической обстановкой. В Испании ввели в эксплуатацию большое количество отелей, что снизило средний уровень загрузки и вынудило операторов демпинговать», – пояснили в Azimut Hotels Company.

Между тем, эксперты уверены, что рост мирового туризма в следующем году замедлится – нестабильность экономики заставит потребителей сократить расходы.

По прогнозу компании *Euromonitor International*, мировой туристический поток в 2016 году увеличился на 4%, в то время как в 2015-м прирост составил 5%, а в 2014-м наблюдалось уменьшение потока на 5%. Безработица и экономия госбюджетов на 1% сократят суммы, которые люди будут готовы потратить на отпуск. Кроме этого, в следующем году авиабилеты могут подорожать на 2%. Причем в текущем году рост цен уже составил 5%.

Однако отельеры могут рассчитывать на небольшой подъем – до 2%. «Деловые поездки, уровень которых стал восстанавливаться в этом году, не смогут компенсировать уменьшение числа личных поездок для отдыха и путешествий, на долю которых приходится большинство трат в области туризма», – отмечается в исследовании *Euromonitor International*.

Туристический баланс страны – это отношение между стоимостью товаров и услуг, реализованных иностранцам в данной стране, и стоимостью товаров и услуг, реализованных гражданам данной страны за рубежом. Если сальдо туристического баланса положительное, то говорят, что для экономики этой страны туризм активный (Таиланд, Швейцария), если отрицательное – пассивный (Германия, Россия). С экономической точки зрения привлекательность туризма как составной части услуг – в более быстрой окупаемости вложенных средств и получении дохода в свободно конвертируемой валюте.

Страна	Количество прибытий, млн	Доля рынка, %
Китай	137,1	8,6
США	102,4	6,4
Франция	93,3	5,8
Испания	71,0	4,4
Сянган (Гонконг)	58,3	3,7
Италия	52,9	3,3
Великобритания	52,8	3,3
Мексика	48,9	3,1
Россия	47,1	2,9
Чехия	44,0	2,7

Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т. д.

Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристические услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат. В туристической индустрии динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях.

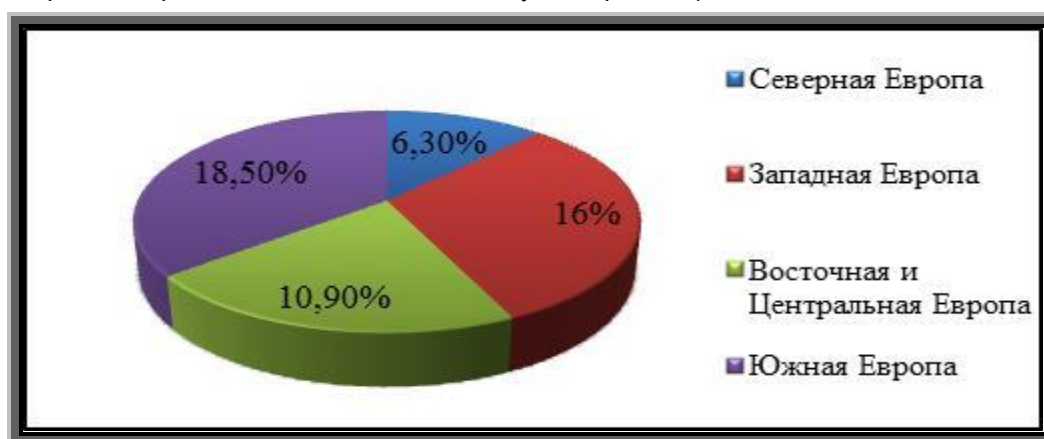
Временной промежуток между ростом спроса на туристические услуги и появлением новых рабочих мест в туристическом бизнесе минимальный. Туризм помимо огромного экономического значения играет большую роль в расширении границ взаимопонимания и доверия между людьми разных религий и культур. Задача развития туризма требует решения множества сопутствующих задач, например развитие транспортной системы, системы общественного питания, информационной инфраструктуры, улучшение имиджа. Развитие мировой экономики туризма является результатом удовлетворения человеческих потребностей, начиная с необходимости на отдых и досуг, восстановление физических сил, потребительских потребностей и кончая умственными потребностями: новый опыт, восприятие и познание. Европейские страны принимают наибольшее число иностранных туристов. В 2000 годах число туристов, прибывших в Европу, увеличилось до 350 млн. человек.

Денежные поступления от международного туризма возросли в 2 раза. Однако доля Европы в мировом туризме постепенно падает.

Исследования национальной принадлежности туристов, путешествующих по континенту, показывают, что 90 % европейских туристов – это жители самих европейских стран.

Немцы составляют 19 % от общего числа путешествующих, британцы – 10 %, французы – 7 %, датчане – 6 %. Относительная потеря доминирующего положения Европы в туризме вызвана: старением туристского продукта южноевропейских стран (Греция Италия); высокие цены на туристские продукты в североамериканских странах (Великобритания, Швеция); рост популярности стран Юго-Восточной Азии. Туристические потоки в основном направлены в центры отдыха Западной и Южной Европы (Франция, Испания, Италия). Такая концентрация – результат привычки к летнему пляжному отдыху.

Великобритания известна образовательным туризмом, а Северная Европа (Скандинавия и Ирландия) специализируется на экологическом туризме. **Америка** является третьим после Европы и Азии и Тихоокеании регионом по числу иностранных туристов. Это Южная, Центральная и Северная Америки, острова Карибского бассейна. Половина международных прибытий в регион приходится на США и Канаду, а европейцы – 1-е место – 15 %.



США и Канада – огромный внутренний туристический рынок и высокоразвитая инфраструктура с обширной гостиничной сетью и транспортной индустрией. Второе место занимают Карибские острова, принимающие 12 млн. туристов в год. В Южной Америке туристические потоки относительно слабы из-за политической нестабильности и экономического развития. Основные виды туризма – пляжный, спортивный, экскурсионный, бизнес-туризм. Доходы от международного туризма достигают 10-20 % от общих доходов экспорта.

Такой высокий уровень является следствием конкурентоспособности региона и специализаций некоторых районов на туризме. Япония финансово стимулирует проведение каникул японцами за рубежом. Второе и третье места делят Европа и США.

ВАТ привлекает туристов своей уникальной природой, а новые индустриальные страны бизнес-турами. Развлекательный туризм развит в **Японии**, **Южной Корее** и на **Тайване**.

Японская индустрия занимает второе место в мире после США.

Сингапур предлагает шоп-туризм. Таиланд осваивает новые пляжи на южном побережье страны, организывает познавательные поездки в северную часть. В крупнейших городах существует востребованная индустрия секс-туризма.

Хорошо развит туризм в Австралии и Новой Зеландии, Меланезии и Микронезии. Отдых на островах Тихого океана выигрывает от относительной близости австралийского рынка и имеет хороший имидж в Европе. В регионе ВАТ средние расходы одного туриста превышают среднемировой уровень в \$659 и составляет \$764. Хотя в некоторых странах, таких как Китай или Монголия, траты отдыхающих крайне малы – до \$200.

ВТО представила долгосрочный прогноз и оценку развития туризма первых двух декад нового тысячелетия – «Туризм 2020». Существенным значением для «Туризма 2020» являются количественные прогнозы на 25 лет, включающие основной 1995 года и на 2000, 2010 и 2020.

Исследования ВТО дают возможность утверждать, что тенденции роста туристической индустрии будут сохраняться и в дальнейшем.

В период с 2000 до 2020 года прогнозируется увеличение туристических прибытий на 200%. Самыми посещаемыми странами мира до 2020 года станут, по прогнозам специалистов, Китай, США, Франция, Испания. Опыт показывает, что периоды быстрого роста (1995, 1996, 2000) сменяются периодами медленного роста (2002).

Согласно прогнозам, показатель роста в Восточной Азии и Океании, Южной Азии, на Среднем Востоке и в Африке достигнет 5% в год, что сопоставимо со средним мировым показателем в 4,1%. Предполагается, что показатель темпов роста в развитых регионах Европы и Америки будет ниже среднего. Несмотря на спад с 60% в 1995 году до 45% в 2020 году, самая высокая доля мировых рейсов будет принадлежать Европе. На протяжении 1995-2020 годов уровень дальних рейсов мировых поездок будет расти на 5,4% в год быстрее, по сравнению с межрегиональными поездками, показатель которых составляет 3,8%.

Соответственно, коэффициент региональных поездок и дальних рейсов мировых поездок сместится с 82:18 в 1995 году и приблизится к 76:24 в 2020 году. К 2020 году 346 млн. туристов посетят средиземноморские страны, что составит около 22% всех мировых поездок.

Несмотря на повышение популярности Средиземноморского региона – значительного мирового места назначения многих туристов, по прогнозам, региональная доля глобального туризма на протяжении 1995-2020 годов уменьшится. Несмотря на недавний стремительный рост популярности Азии и Океании, Средиземноморский регион остается крупнейшим мировым туристическим регионом, и составляет сейчас 33% мирового туристического маршрута.

Это результат глобализации и масштабной популяризации надгосударственных туристических интересов, а также концентрации, фактически, всех решающих факторов в конкурентоспособности туристических направлений. Важные отличия многих природных и антропогенных факторов (климат, природа, историческое и культурное наследие, развитие гостиничной инфраструктуры, фольклор, спортивные развлечения и местные организации) в регионе положительно влияют на конкурентоспособность отдельных государств и регионов. Недавние поступления от туризма в некоторых странах региона также свидетельствуют о влиянии факторов глобальной охраны (опасные террористические заговоры, катаклизмы и катастрофы). Этот фактор, с туристической точки зрения, является релятивизованым в глобальном контексте по восстановлению туристического маршрута в Египет и Тунис после нападений на Бали, печально известных событий во Всемирном торговом центре, попыток восстановить туризм в Таиланде, Индонезии, на Шри-Ланке после ряда катастрофических цунами.





Из показаний информативных источников, очевидно, что влияние недавних катастроф является преходящим. Другой проблемой международного туризма является рост конкурентных цен между разными территориями Средиземноморского региона (Балканы, Малая Азия и Северная Африка). Такая борьба является особенно агрессивной в случае с Египтом и Тунисом, конкурирующих с новыми рынками (Хорватией и Герцеговиной), Турцией, Грецией и Болгарией – странами на Черном море, которые удачно вернулись на международный туристический рынок с очень привлекательными и относительно дешевыми туристическими предложениями.

Многие компании за рубежом обращаются к такой форме организации международного сотрудничества как стратегический альянс. Наибольшие международные туристические компании обосновались в Великобритании, США, Германии и Японии.

Крупнейшим рынком туристических потоков является Германия, где действуют компании *Touristik Union International (TUI)* и *Neckermann und Reisen (NUR)*, производящие более половины всех туристских пакетов – соответственно 33 % и 18% в Европе. Третье, четвертое и пятое места на германском рынке занимают соответственно Hertz, ITS, DER. Крупнейший туроператор в Великобритании и один из крупнейших в мире «Thomson Holidays». Международный туризм в США и Канаде направлен в Карибский бассейн, Европу и Латинскую Америку.

Необходимо также отметить разнообразные опасности в сфере туризма.

- **Экологические опасности.** Прежде всего, туризм воздействует на окружающую среду чрезмерной концентрацией производства и людей в туристических центрах, осваивает ранее не использовавшиеся природные комплексы и усиливает воздействие других отраслей (сельское хозяйство, строительство, лесозаготовки, охотничьи промыслы, рыболовство).

- **Утрата культурных ценностей.** Коммерциализация жизни и развитие туризма в отдельных регионах приводит к опoшлению традиций и падению престижа национальных культур.

- Особую озабоченность у мировой общественности вызывает секс-туризм и вывоз туристами произведений искусств.

- **Негативное воздействие окружающей среды.** Природная среда постоянно угрожает человеку различными стихийными бедствиями. Социальная среда имеет такие проблемы как эпидемии, ВИЧ-инфекции, преступность, распространение наркотиков, насилие, терроризм, пиратство, военные осложнения. Ежегодно порядка 30 государств относят к числу неблагоприятных для туризма.

▪ **Техногенные опасности.** Одними из самых серьезных рисков в туризме остаются транспортные происшествия, аварии и катастрофы. Много проблем создают крупные аварии на атомных электростанциях, химических комбинатах, военных объектах. Аварии и пожары на объектах туристической индустрии ежегодно приводят к травмам и смертельным случаям среди туристов.

▪ **Культурные конфликты** достаточно широко распространены в туризме, разница культур и обычаев народов и стран часто приводит к взаимному непониманию, порой трагическому.

▪ **Личный фактор.** Порой, приехав на курорт, и с головой окунувшись во все прелести беззаботной жизни, мы забываем о необходимом качестве любого отдыхающего – бдительности.

Этим пользуются не только представители «нижних социальных слоев общества».

Но зачастую и официальные представители туристических услуг, будь то: туристические агентства, страховые компании, агенты перевозчики, или служащие отелей, гостиниц, пансионатов.

Современные тренды туристического сезона

- Отдых дома или путешествия в мертвый сезон.
- В круизном туризме возрастет популярность продаж в последнюю минуту.
- Групповые туры в рамках исследования генеалогического древа.
- Проживание во время отдыха в съемной квартире или вилле.
- Рост популярности путешествий на мотоциклах.
- Повышенное внимание туристов к рекомендациям со стороны медиа-ресурсов.
- Конгрессы станут короче, малочисленнее.
- Креативный подход к дизайну отелей, предметам искусства для декора.
- Рост популярности туров по местам съемок фильмов про Джеймса Бонда.
- Туры в космос и к затонувшему Титанику.
- Повышенное влияние со стороны Азиатских стран и стран БРИК.
- Повсеместное применение систем Управления Туристическими Направлениями.

Среди самых популярных направлений называются Бутан, Вьетнам, Бирма, Лаос, Камбоджа, Лондон, Оман, Чили, Черногория, Сербия, Узбекистан, Кувейт, Фолклендские острова, Папуа Новая Гвинея, Гана, Непал, Румыния, Аргентина, Лима, Перу, Бейрут, Эстония, Босния, Филиппины, Уганда, Алжир, Украина, Куба, Кения, Бали, Панама, Ирландия и Турция.

Результаты 2017 года отражают устойчивый рост во многих туристических направлениях и восстановление рынка там, где он пострадал из-за проблем с безопасностью.

Если говорить о показателях по регионам ЮНВТО, наиболее значительный рост наблюдался в Африке (+9%) и Европе (+8%), за которыми следовали Азия и Тихоокеанский регион (+6%), Ближний Восток (+5%) и Американский регион (+3%).

Наиболее существенный рост наблюдался в Африке (+9%) и Европе (+8%). Эти внушительные результаты были подтверждены экспертами со всего мира, участвовавшими в опросе в рамках подготовки Индекса Доверия ЮНВТО и дали периоду с мая по август весьма высокую оценку.

«Туризм представляет собой одну из важнейших движущих сил экономики и один из главных источников занятости. Он способствует улучшению условий жизни миллионов людей по всему миру», – заявил Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи в Лондоне на открытии выставки World Travel Market. «По мере того как мы приближаемся к завершению Международного года устойчивого туризма в интересах развития, нам следует задуматься о том, как мы будем осуществлять ответственное и устойчивое управление туризмом по окончании 2017 года.

В ближайшие годы наши усилия должны быть направлены в первую очередь на то, чтобы максимально увеличивать социальную и экономическую отдачу туризма, одновременно минимизируя его негативное воздействие на принимающие сообщества и окружающую среду, причем все – политики, компании и путешественники – должны внести свой вклад в достижение этой общей для всех нас цели», – добавил г-н Рифаи.



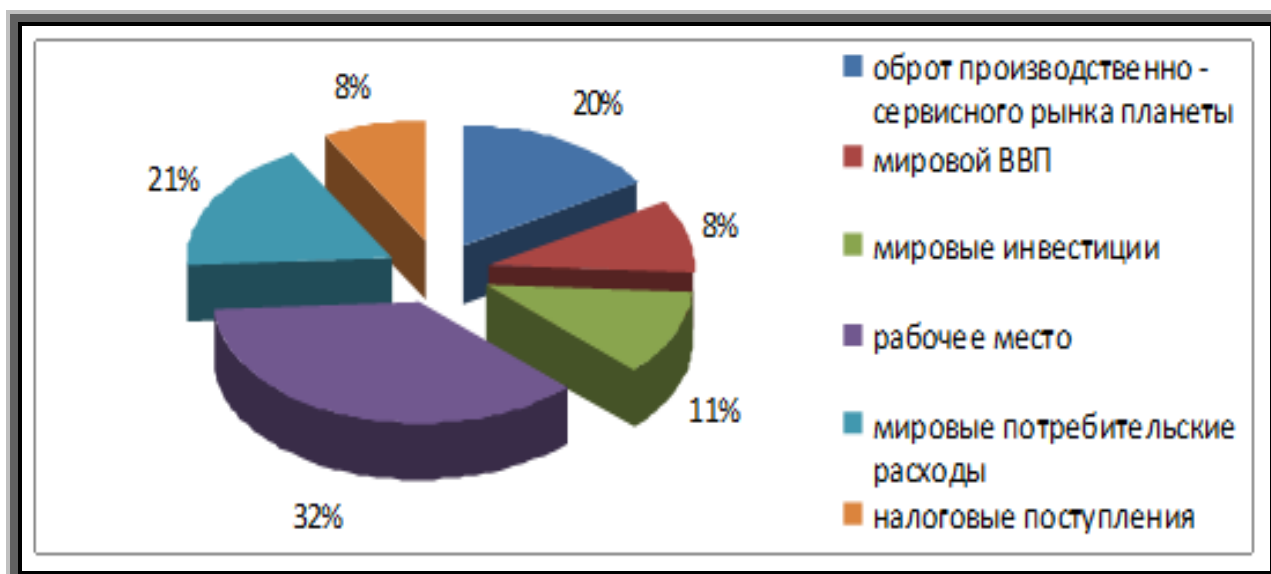
Отстаивать потенциал устойчивого туризма как инструмента для развития – одна из целей празднования Всемирного дня туризма по всему миру.

На официальные мероприятия, проходящие в 2017 году в Катаре – во второй раз после 2005 года, – собрались министры туризма, предприниматели и исследователи туристской индустрии, а также другие ключевые заинтересованные стороны сектора. Мероприятие открыл премьер-министр и министр туризма Катара, его превосходительство Шейх Абдулла бин Нассер бин Халифа аль-Тани, подчеркнувший значение туризма и связь сектора с 17 целями в области устойчивого развития, его потенциал в вопросе экономической диверсификации.

Как заявил Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи, «в день празднования Всемирного дня туризма 2017 года вопрос стоит следующим образом: что мы можем сделать для того, чтобы эта мощная всемирная преобразующая сила привнесла свой вклад в улучшение мира и во все пять аспектов устойчивого развития: экономический, социальный, экологический, культурный и связанный с поддержанием мира».

«Очень важно, чтобы мы обеспечили устойчивый рост для индустрии, на которую приходится 10% мирового ВВП и каждое десятое рабочее место в мире. Международный год устойчивого туризма должен создать наследие, основанное на трех ключевых аспектах:

- лучшее управление для предотвращения негативных последствий туризма и путешествий;
- продолжение тесного сотрудничества в качестве партнеров не только на уровне ЮНВТО, но и между представителями частного и госсекторов, туристских направлений и стран;
- обмен историями, вдохновением, продолжение разговора об этом.

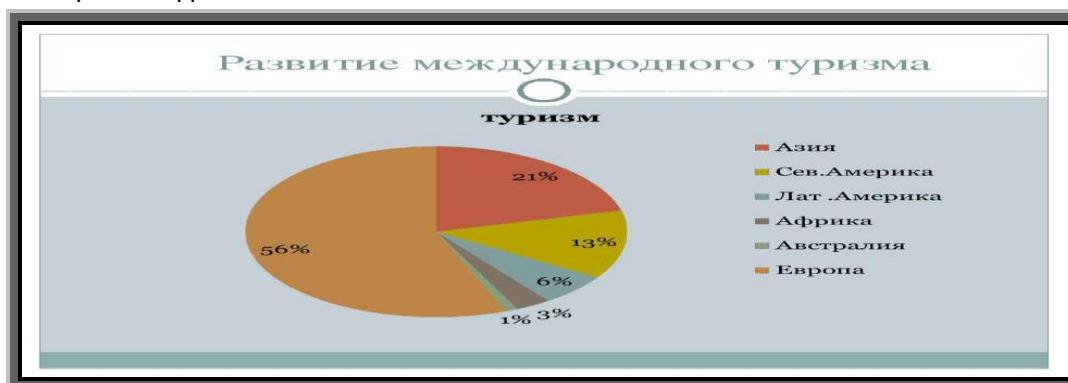


Празднование включает в себя ключевое выступление на тему «Роль авиации в формировании устойчивого туризма», сделанное Акбаром аль-Бакером, глобальным директором компании *Qatar Airways*, и совещание группы экспертов высокого уровня на тему «Туризм как средство для создания возможностей, улучшения охраны культуры и взаимопонимания», в качестве модератора которого выступил Макс Форстер, представитель компании *CNN International*.

На совещании обсуждалась способность туризма создавать рабочие места и новые возможности для общин, а также вклад сектора в создание благосостояния, инвестиции и экспорт.

Так как коммуникации в туристском секторе имеют большое значение, ключевое выступление Тома Холла, директора издательства *Lonely Planet*, было посвящено ценности освещения туризма в интересах развития. В связи с этим будет проведено специальное заседание «Туризм и планета: приверженность более зеленому будущему».

Высокий спрос на туризм, отмечавшийся в 2017 году, включая высокий летний сезон в Северном полушарии, сохранялся до конца года. В течение первых десяти месяцев года в турнаправлениях по всему миру был зарегистрирован в общей сложности 1 127 млн. (+7%) международных туристских прибытий (ночующих посетителей), что на 70 млн. превышает показатели за тот же период 2016 года. Эти результаты были обусловлены непрерывным ростом во многих туристических направлениях и устойчивым восстановлением туристических направлений, переживших спад. Особенно активный рост наблюдался в Южной и средиземноморской Европе, Северной Африке и на Ближнем Востоке.



Высокий спрос на международный туризм в регионах мира служит отражением глобального экономического подъема. «Эти впечатляющие результаты, лучшие за много лет, отражают существующий во всем мире устойчивый спрос на путешествия, который идет рука об руку с улучшением состояния мировой экономики и восстановлением туристических направлений, переживших спад в предшествующие годы, – сказал Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи на Второй конференции ЮНВТО/ЮНЕСКО по туризму и культуре, которая проходила 11-12 декабря в Омане». «Участвуя в этом важном мероприятии в Омане, мы должны отметить, что туризм обладает огромной жизнестойкостью, о которой свидетельствует непрерывный рост во многих туристических направлениях Ближнего Востока и быстрое восстановление других.»





1.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИЗМОЛОГИИ

Среди профессионалов индустрии туризма и государственных структур растет понимание того, что необходимо гарантировать специальное образование и подготовку специалистов сферы туризма, которые смогут добиться удовлетворения запросов клиентов и доказать конкурентоспособность туристского бизнеса в регионах. На протяжении последних нескольких десятков лет эти идеи нашли свое отражение в решениях международных конференций европейских министров образования 1971 и 1976 годов.

В 1971 году была создана Международная Комиссия Развития Образования, цель которой – переосмыслить цели и методы обучения в свете потребностей развития и интересов каждой личности, выдвинуть идеи, на которых могли бы строиться национальные стратегии в сфере образования и сотрудничества. Силами ЮНЕСКО была созвана III Международная конференция образования взрослых в Токио (1972).

Главная ее идея – социальные цели современной высшей школы реализуются через принцип непрерывности образования. В дальнейшем эти подходы были реализованы в «Рекомендациях о техническом и профессиональном образовании» (1974), утвержденных Генеральной Ассамблеей ЮНЕСКО, и в «Рекомендациях о развитии образования для взрослых» (1976), принятых Генеральной Конференцией ЮНЕСКО.

Совет Европейского Содружества (1988) и Парламентская Ассамблея Совета Европы (1989) приняли специальные резолюции, документально сформулировавшие и засвидетельствовавшие создание двух концепций европейского образования: Европейского Союза и Совета Европы.

Каждая из них имеет определенные базовые принципы формирования единого европейского образовательного пространства, общими для обеих концепций является видение основных признаков европейской системы высшего образования. Значительный вклад в изучение аспектов функционирования и развития системы высшего образования вносит ЮНЕСКО, которая обобщает, анализирует и распространяет информацию и опыт, акцентируя внимание на самых актуальных направлениях развития мировых образовательных систем.

О значении высшего образования также говорится в итоговых документах встречи министров образования Совета Европы (Берлин, 1988), 17-ой сессии постоянной конференции европейских министров образования «Европейское измерение в образовании» (Вена / Страсбург, 1991), заседания Совета культурного сотрудничества по вопросам реформ и стратегий (Билоржезе, 1992), Маастрихтского договора (1992), и в докладе ЮНЕСКО «О положении дел в области образования в мире за 1993 год».

Развитие образовательных систем – потребность мирового сообщества в целом.

В документах ЮНЕСКО, принятых в 90-е годы XX и в начале XXI столетий разработан комплекс программ по приоритетным направлениям развития высшего образования на мировом уровне. Под эгидой Совета Европы и ЮНЕСКО была разработана и принята Лиссабонская Конвенция «О признании квалификаций высшего образования в Европейском регионе» (1997), которую подписали представители 43 стран и сформулировали принципы Болонской Декларации.

Лиссабонская договоренность декларирует важность существования разнообразных образовательных систем и ставит цель создания условий, при которых значительное число людей смогут воспользоваться всеми достижениями национальных систем образования и науки.

В 1997 году была утверждена новая версия Международной классификации стандартов образования – первого образовательного стандарта. Дальнейшее развитие процессов реформирования высшего образования нашло свое отражение в Сорбоно-Болонском процессе.

Нормативную базу этого явления сформировали два документа: Сорбонская Декларация «О гармонизации европейской системы высшего образования», подписания министрами образования Франции, Германии, Италии и Великобритании, в 1998 году в Париже (Франция), и Совместная Декларация 29 министров образования европейских стран, принятая в 1999 году в Болонье (Италия). Сорбонская Декларация предполагала создание открытого пространства европейского образования, направление усилий на преодоление барьеров с целью создания единой системы преподавания и обучения, что будет способствовать мобильности и развитому сотрудничеству работников сферы образования и науки в Европе.

В этой декларации речь идет об утверждении двух этапов обучения: дипломного и последипломного, соответствующих основным нормам Международной стандартной классификации образования. Также было предложено использовать унифицированную систему кредитов с целью получения гражданами ЕС высшего образования в любое время в течение всей жизни в разных учебных заведениях Европы.

Сорбонская Декларация провозгласила необходимость ратификации Лиссабонской Конвенции и использование режима признания профессиональных квалификаций высшего образования Европейским Союзом. Подписанты Сорбонской Декларации определили пути постепенной гармонизации системы дипломирования и этапов обучения:

- развитие и использование опыта европейских стран;
- введение совместных дипломов;
- осуществление пилотных инициатив;
- поддержка постоянного диалога со всеми сторонами этого процесса.

Сорбонско-Болонский процесс вышел за пределы Европы и стал частью глобализации не только высшего образования, а и технического и профессионального.

На II Международном Конгрессе технического и профессионального образования (Сеул, 1999) акцентировалось внимание всех его участников на том, что изменения в технологиях, экономике, политике и обществе в целом, обусловили необходимость пересмотра целей, содержания, квалификаций и методик, которые использовались во всех образовательных системах.

На Всемирной конференции ЮНЕСКО (Париж, 1998) была принята «Всемирная декларация высшего образования для XXI века: подходы и практические меры», в которой изложено определение понятия «высшее образование», рассмотрено его значение для социально-культурного и экономического развития мира, а также обоснованы перспективные пути его развития в будущем. Миссия высшего образования выходит далеко за рамки простой передачи знаний.

По словам Генерального директора ЮНЕСКО Федерико Майора, сегодня высшая школа призвана готовить граждан, которые бы умели самостоятельно мыслить и видеть в культурных различиях хорошую возможность для плодотворного диалога.

Высшее образование должно служить обществу, отмечали участники Конференции.

Университеты должны стать активными участниками решения актуальных, жгучих проблем современности: ликвидации нищеты, нетерпимости, жестокости, неграмотности, голода, сохранения окружающей среды. Признавая важность непрерывного образования, Конференция призвала университеты сделать все от них зависящее, чтобы расширить возможности для обучения взрослых, сделать его более гибким, открытым, развивающим творческие возможности человека.

Новая политика и новая парадигма высшего образования должны обрести свою концептуальную основу в образовании на протяжении всей жизни человека. Для этого предстоит научиться обновлять свою работу, обеспечивать дополнительную подготовку, обучать новым профессиям.

А также предлагать, наряду с фундаментальной подготовкой по основным дисциплинам, широкий и многообразный круг программ, предусмотрев выдачу промежуточных дипломов, и создание «образовательных цепочек» между учебными курсами и дисциплинами.

Вузы должны определить связи и отношения звеньев такой «образовательной цепи», когда любой человек независимо от ступени обучения мог самостоятельно управлять ходом своей подготовки.



Соответствовать современным требованиям – расширять научные фундаментальные и прикладные исследования. В ходе подготовки к Конференции ЮНЕСКО издала «Статут об изменениях в сфере высшего образования» в 1995 году. Позже было проведено пять региональных совещаний (Гавана, ноябрь 1996; Дакар, апрель 1997; Токио, июль 1997; Палермо, сентябрь 1997; Бейрут, март 1998), где были приняты декларации и планы практических шагов. Каждый документ имеет свои особенности, что нашло свое отражение в Декларации.

Основные положения Декларации базировались на рекомендациях и решениях по проблемам высшего образования, принятых главными комиссиями и конференциями, а именно:

- Международным Комитетом высшего образования XXI века.
- Всемирным Комитетом по культуре и развитию.
- 44-й, 45-й сессиями Международных конференций по вопросам образования (Женева, 1994, 1996).
- 27-й та 29-й сессиями Генеральной конференции ЮНЕСКО («Рекомендации о статусе преподавательского штата высшей школы») (1993, 1997).
- Всемирной конференцией «Образование для каждого» (Таиланд, 1990).
- Конференцией по вопросам академической свободы и университетской автономии (Синайя, 1992).
- Всемирной конференцией по правам человека (Вена, 1993).
- Международным Саммитом по проблемам социального развития (Копенгаген, 1995).
- Международным конгрессом образования и информатики (Москва, 1996).
- Всемирным Конгрессом высшего образования и развития человеческих ресурсов XXI столетия (Манила, 1997).
- Международным форумом по проблемам образования «Образование для всех: выполнение наших общих обязательств» (Дакар, 2000).

В документах этих представительных собраний декларируется тот факт, что любому обществу необходимо обновление высшего образования для обеспечения интеллектуальной независимости, разработки и распространения знаний, подготовки и формирования ответственных граждан и квалифицированных специалистов, без которых невозможен ни экономический, ни социальный, ни культурный, ни политический прогресс нации. Гражданам Европы должны быть доступны общие ценности образования, науки и культуры всех ее стран.

Основные принципы этого документа нашли свое продолжение в

- докладе ЮНЕСКО «Право на образование для всех в течение всей жизни» (Париж, 2000);
- документах VII Международной конференции ЮНЕСКО (Париж, 2001);

- Международном семинаре «Транснациональное образование» в Мальме (Швеция, 2001);
- Конференции европейских вузов и образовательных организаций в Праге (Чехия) и Саламанке (Испания, 2001).

На международном симпозиуме в рамках 13 ежегодной конференции Европейской Ассоциации международного образования в Тампере (Финляндия) и Риге (Латвия) (2001) обсуждались новые требования в сфере взаимного признания квалификаций и дипломов.

Обсуждение актуальных проблем интернационализации и глобализации образования проходило на заседании 12 Международной Конференции Единого Образования при поддержке Мировой Ассоциации Единой Европы (WACE) (Таиланд, 2001). Важным событием стала 46 сессия Международной Образовательной Конференции (ICE) «Образование для всех, чтобы научиться жить вместе» (Женева, 2001) под эгидой ЮНЕСКО.

Участники конференции акцентировали свое внимание на проблемах образования в III тысячелетии, выбрав девиз «Жить вместе в XXI столетии». «Вместе» означало осмысление и выбор совместными усилиями наиболее ценного, что помогло бы сформировать систему образования, максимально отвечающей времени и обществу. В дальнейшем дискуссия по актуальным проблемам образования нашла свое отражение в документах правового характера на 165 сессии ООН по вопросам образования, науки и культуры (Париж, 2002).

Коммюнике конференции министров образования по вопросам образования и развития Болонского процесса (Берлин, 2003) подтвердило преемственность в решении данных проблем.

Девиз конференции – «Создание пространства высшего образования Европы» и соединение его с «Пространством европейских научных исследований» для обеспечения фундамента создания «Европы знаний». В своем отчете на сессии постоянной Конференции европейских министров образования Совета Европы «Европейское измерение в образовании» (Лиссабон, 2004) министры поддержали идею органичного использования науки как базу обеспечения высокого качества высшего образования во всех направлениях деятельности.

Целью такого взаимодействия является сохранение культурного и лингвистического богатства Европы, которое базируется на унаследованных ею разнообразных традициях, содействие инновациям, социальному и экономическому развитию европейских стран путем осуществления сотрудничества между высшими учебными заведениями.

Последующие годы характеризуются внедрением разнообразных программ под эгидой Европейского Союза, Совета Европы, ЮНЕСКО, которые способствовали разработке общих подходов к решению транснациональных проблем высшего образования:

- программы приведения национальных законодательств в сфере образования к нормам, разработанным передовыми странами Европы;
- расширение доступа всех слоев населения к высшему образованию;
- повышение академической мобильности студентов и их конкурентоспособности на рынке труда;
- создание системы обучения на протяжении всей жизни и многообразные задачи по сближению образовательных систем. Развитие системы высшего образования на Украине является одной из важнейших общегосударственных задач. Исходя из «Национальной доктрины развития образования» (2002), высшее образование должно претерпеть серьезные изменения:
 - приобрести гибкость;
 - диверсифицировать свои структуры, организационную основу, учебные планы, программы специализаций, модели и формы организации занятий;
 - ввести новые информационные и педагогические технологии.

Высшее образование на Украине должно стать неотъемлемым компонентом глобального образовательного проекта, одновременно его движущей силой и главным элементом, способствуя интеграции в этот проект других форм образования путем укрепления связи с ними.

На законодательном уровне идеи демократических, гуманистических изменений в области просвещения закреплены в Конституции Украины. Идеология ступенчатого высшего образования четко очерчена Законами Украины «Об образовании» (1996, 2017) и «О высшем образовании» (2002, 2017). Важную роль в формировании концепции высшей школы сыграла международная научно-практическая конференция «Гуманитарные аспекты реформирования и развития национальной системы образования» (Киев, 1993).

Концептуально эти идеи выражены в Государственной национальной программе «Образование. Украина XXI столетия» (1994), «Концепции развития профессионально-технического образования Украины» (2004), законе Украины «О ратификации Конвенции о признании квалификационных изменений в образовании в европейском регионе» (2004).

Дальнейшее развитие высшего образования обсуждалось на международной научно-методической конференции «Высшее образование в XXI веке» (Севастополь, 2003).

МОН Украины утвердило Программу действий по реализации положений Болонской Декларации в системе ВО на 2004-2005 годы.

Особой остроты приобретают процессы реформирования всей жизнедеятельности общества в переломные времена, в период радикальных изменений социальных координат, когда в жизнь входит новая система ценностей и приоритетов. Построение демократичного общества возможно лишь при условии воспитания человека на общечеловеческих ценностях, идеях свободы, гуманизма, патриотизма, освоении ценностей родной и иных культур.

Современная ситуация политического и экономического развития общества предопределяет новое понимание роли образования на Украине, приоритет человеческого фактора во всех преобразованиях нашей жизни. По документам ЮНЕСКО – цель образования заключается в подготовке человека к индивидуальной ответственности в делах зрелого бытия.

Перед общественными и государственными структурами встает необходимость разработки идеологии высшего образования в новых социально-экономических и политических условиях во всех сферах экономики. Одной из таких сфер является туризм.

XX столетие характеризуется чрезвычайно быстрым развитием международного туризма.

В последние десятилетия он приобрел массовый характер. Этому процессу оказывали содействие, как определенные объективные факторы (повышение жизненного уровня), так и деятельность международных, региональных и национальных туристских организаций, обеспечивающих с помощью государства активное приобщение к туристской деятельности разных слоев населения.

Такое возрастание контактов между людьми разных культур не может существенным образом не сказаться на развитии современного мирового сообщества, его культуры. Очень сложно определить государственную политику, как в туристской отрасли, так и в сфере туристского образования. Однако, культурное поле Украины предполагает широкие перспективы. Поэтому развитие туристской отрасли на Украине обнадеживающее, если ориентироваться на путь, пройденный многими европейскими странами. Для глубокого педагогического анализа проблем подготовки специалистов сферы туризма в странах-членах ВТО следует определить теоретико-методологические основы данного исследования. Они носят тройственный характер:

- основные положения, связанные непосредственно с туризмом, которые формируют его базис (направления туристической деятельности, разновидности предприятий, профессии, теоретические исследования в сфере туризма – туризмология: термины, определения, категории);
- понятия области философии, педагогики, психологии в их профессиональном аспекте;
- педагогические понятия, которые возникли в сочетании педагогических и психологических аспектов исследования с туристскими компонентами.

Все эти положения объединяет новое направление научных исследований в сфере туризма – «туристика».

Туристика – комплексная дисциплина, исследующая все факторы и явления, связанные с туризмом. Термин применяется в Польше, Чехословакии и других странах. Эта дисциплина включает в себя все научные разработки в сфере туризма.

Они базируются на основах философии, педагогики, психологии, социологии, истории, географии, экономики, политологии, статистики, культурологии и других основополагающих дисциплин. Развитие учения о туризме и туристской деятельности тесно связано с историей самого туризма. Издавна изучением туризма как научной дисциплины занимались путешественники, и их трактовки соответствовали духу и характеру туризма того времени, поэтому важно рассмотреть исторический фундамент науки, посвященной туризму, осветить основные проблемы и вклад других наук в эту дисциплину.

Люди путешествовали всегда, и древние народы, населявшие Ближний, Средний Восток и Средиземноморье, оставили записи о своих поездках. Эти исторические очерки показали, что по мере расширения торговой деятельности и завоеваний в Греции, Риме и Китае представители знатного сословия этих стран все чаще отправлялись в поездки для развлечения, с торговыми или дипломатическими целями. Геродот оставил значительное письменное наследие о своих кратковременных поездках и длительных путешествиях.

В подобной литературе, имевшей жизнеописательный характер и историческую направленность, рассматривались философский смысл путешествия, языки, религии, искусство, традиции, черты местного быта и гостеприимства населения разных стран.

Во времена колониальных завоеваний и географических открытий арабами (VII-IX века) и европейцами (Марко Поло – XIII век) оставлено много записей о путешествиях.

Эти описания представляют собой замечательное наследие, востребованное до сего времени. Поэт Баско, посетивший Японию в XV веке, написал мемуары, которые и сейчас служат прекрасным справочным материалом туристам.

Туризм в то время не имел познавательного характера, а был ориентирован на встречи важных персон и делегаций, а также на посещение священных мест.

С XV века европейская экспансия в мире усилилась, чему отчасти способствовали появление подробных карт и новых типов морских судов, а также рост купеческого сословия.

Согласно документам, начиная с середины XVI века, жители Северной Европы регулярно ездили на лечение к минеральным водам, в известные учебные центры Италии и к памятникам великих цивилизаций в Южную Европу. Поначалу путешествовала лишь знать, паломники и дипломатические посланники.

Понятие «тур» было введено в 1750-х годах, а термин «турист» был принят для обозначения участников подобных развлекательных и образовательных путешествий.

Длящиеся поначалу 2-3 года туры постепенно сокращались по времени, тогда как количество туристов увеличивалось. Туристов (молодых людей) сопровождали опекуны; многие из них описывали свои путешествия в мемуарах, туристских справочниках и путеводителях. Это были не только литературные, но описательные и познавательные труды, лучшим образцом которых, возможно, являются записки И.В. Гете, посетившего Италию в 1786-1788 годах.

В XIX веке индустриальная революция, распространение империализма, евангелизма и социализма оказали большое влияние на развитие туризма. Томас Кук (1808-1892), великий английский реформатор и один из основателей международного туризма, использовал паровозы для поездок городской публики за город, на выставки и ралли. Отметив коммерческие перспективы массового туризма, он положил начало современной туристической индустрии: создал первые бюро путешествий. Он ввел резервирование мест на транспорте и в гостиницах, классификацию отелей, дорожные чеки, издавал расписания и качественные путеводители.

Международный туризм приобрел массовый характер. По мере становления и развития социальных наук изучение туризма как социального феномена приобретает более сложную

структуру, хотя в большинстве случаев анализируются лишь узкие аспекты туризма: экономические коллизии, территориальные перемещения, психологические мотивации.

Только география и частично антропология попытались придерживаться более обобщенного подхода, стремясь показать вклад каждой дисциплины в изучение туризма в целом. Первая мировая война положила конец власти аристократии и произвела революцию в туризме: люди стали более бережно относиться к природе в условиях всеобщей индустриализации.

Принятие солнечных ванн, в особенности на морс, приобретает популярность, как и отдых в горах, лыжный и пеший туризм, плавание на морских судах.

Развитие этих видов отдыха продолжается и поныне. В это время многие авторы исследуют исторический аспект туризма, занимаются изучением как туризма в целом, так и состоянием отдельно взятых курортов. Важнейшим вкладом историков стали труды о римлянах, Ниагарском водопаде, Англии XVII века. Исторические исследования, которыми зачастую пренебрегали представители других социальных учений, получили достойное продолжение в 1960-х годах в освещении как отдельных аспектов туризма и отдыха (курорты и минеральные воды), так и более широких проблем (история рекреации и туризма).

Начиная с 1930-х годов, свой вклад стали вносить ученые других областей знаний.

Одной из важных тем в изучении рекреационной деятельности стала тема исторической и идеологической природы отдыха. Географы представили ряд описательных работ по вопросу как внутреннего туризма, развившегося на базе роста автомобильной индустрии, так и выездного. В последовавшие после Второй мировой войны десятилетия туризм послужил толчком к экономическому развитию многих стран, особенно освободившихся от колониального гнета. Решающую роль в популяризации выездного туризма сыграло появление авиапутешествий в 1950-х годах. В 1960-х годах достоинства туризма уже не ставились под вопрос. Возникло предположение, что он может стать прекрасным способом поощрения рабочего класса как в странах так называемого третьего мира, так и в экономически развитых государствах.

Философия «туризм = развитие» требовала внедрения туризма на новых территориях, вовлечения в туристскую деятельность большого количества людей.

Ожидалась большая отдача от туризма, в несколько раз превышающая расходы, стимулирующая местную экономику и улучшающая условия жизни. Массовый туризм растет, а проекты, внедренные в жизнь, подвергаются анализу, а иногда и критике. В эти же годы появились противники массового туризма. Среди всеобщей критики особенно отчетливо зазвучали голоса представителей консервативных и ностальгических взглядов.

Серьезная критика возникла и в экономической среде, которая после детального изучения продемонстрировала, что хваленый приумноженный доход на поверку оказывается ниже ожидаемого и что утечка капитала и преувеличение положительных сторон зачастую сводят на нет предполагаемые экономические преимущества в туристической индустрии.

Методом «мозгового штурма» многими учеными было тщательно изучено отрицательное воздействие туризма на неэкономические сферы. Подобные вопросы были подняты и в экологии, наиболее животрепещущими из которых явились проблема сохранения парков и концепция предельно допустимого уровня нагрузки на туристские объекты. Изучение темы отдыха породило также широкий спектр вопросов в области психологии и политологии.

Экономисты продолжили яростные споры и тщательный анализ, но вопрос остается открытым вплоть до наших дней. Еще в 1960-е годы туризм редко рассматривался как предмет научного изучения и данные по туризму не подвергались систематизации.

Пожалуй, лишь в 1970-х годах ученые осознали важность туризма как объекта науки; тогда же начали проводиться соответствующие научные встречи, конференции и т.п.

Большой вклад в развитие российского туризма и туристики как комплексной науки о туризме внесли ученые Российской международной академии туризма: В.С. Преображенский,

В.А. Квартальное, И.В. Зорин. Важность темы туристики росла, о чем свидетельствовали публикации в научных журналах или изданиях общенаучного характера.

Они печатали исследования как теоретического, так и прикладного порядка:

- «Журнал туристских исследований» (Journal of Travel Research, основан в 1962 году);
- «Анналы туристских исследований» (Annals of Tourism Research, 1973, США);
- «Туристское ревю» (Tourist Review, 1946);
- «Менеджмент туризма» (Tourism Management, 1980, Европа);
- «Исследования в области рекреологии» (Tourism Recreation Research, 1977, Азия);
- «Журнал туристского анализа» (The Journal of Tourism Studies, 1990 год, Австралия).

В подтверждение становления науки о туризме следует отметить также растущее количество тематической литературы, библиографии, издание письменных первоисточников, имеющих отношение к туризму, рост популярности туризма и туристской деятельности как темы для научных диссертаций.

Следующим стимулом к изучению проблем туризма явилась негативная реакция на туризм со стороны населения ряда стран третьего мира. На Гавайях вспыхнула волна протеста против массового туризма, побочными продуктами которого явились рост проституции, преступности, культурные и экологические проблемы. Особенно ярко такое недовольство выражали народы стран Азии и Тихоокеанского бассейна, поддерживающие христианские ценности, что нашло отражение в деятельности Всемирного совета по туризму в странах третьего мира в Бангкоке, Христианской конференции Азии и Сингапура, Института Тихоокеанских исследований Фиджи и представителей социалистических движений в Африке.

Эта критика, воинственно настроенная против массового туризма, легла в основу обсуждений на международном уровне соответствующей альтернативы – так называемого мягкого туризма, или экотуризма: на рассмотрение ЮНЕСКО в 1982 году, Международной академии по изучению туризма – в 1989 году, Всемирной туристской организации (ЮНВТО) – в 1980, 1985 и 1989 годах. В прошедшем десятилетии, отмеченном разделением сфер исследования, каждая дисциплина все более заимствовала методы и результаты смежных наук.

Появилось больше точек соприкосновения у таких дисциплин, как политология и социология, экономика и маркетинг, экология и география. Хотя маркетинг по-прежнему остался сосредоточенным на продажах, продвижении товара и рыночных сегментах, маркетологи начинают глубоко изучать рекламу, психологию мотиваций, темы, которые рассматриваются социологией, антропологией, психологией.

Проблемы окружающей среды, являющиеся основным поводом для беспокойств у экологов, активно исследовались географией, наряду с другими науками сосредоточившейся на изучении определенных областей распространения туризма – горах, побережье, островах, городских центрах. Взаимодействия принимающей стороны, гостей и соединительного звена (гидов, переводчиков, сопровождающих) исследовались в социологии и антропологии, психологии и политологии. Развитие исследований в области туризма можно проследить на примере возникновения исследовательских институтов и организаций, заинтересованных коммерческими и теоретическими аспектами туристической деятельности. Большинство туристских организаций воспринимает туризм как индустрию.

На международном уровне – ЮНВТО, представляющая собой неправительственное агентство, собирает и публикует данные, обеспечивает техническую помощь и организацию конференций, поддерживает программы по обучению. Европейская комиссия по туризму (*European Travel Commission, ETC, 1951*), Азиатско-Тихоокеанская ассоциация по туризму (*Pacific Asia Travel Association, PATA, 1957*) и Карибская организация по туризму (*Caribbean Tourism Organization, CTO, 1951*) являются примерами организаций, сходных по своим основным функциям с ЮНВТО, но осуществляющих их на региональном уровне.

На национальном уровне большинство стран имеет департаменты туризма при правительстве: *U.S. Travel & Tourism Administration*, Министерство по туризму Египта наряду с организациями типа Национальной Корпорации Кореи по Туризму.

Правительственные и коммерческие представители имеются также на государственном, городском и местном уровнях. Изучением развития туризма занимаются такие компании, как *Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST, 1951)*, *Travel & Tourism Research Association (TTRA, 1970)* и *Международная академия туристских исследований (1988)*.

Среди подобных международных и национальных организации последняя является одной из немногих, чья деятельность целиком посвящена междисциплинарному изучению туризма. Среди организаций, основанных на базе университетов, можно назвать *Centre des Hautes Etudes Touristiques (CHET, 1964)*, имеющий международный преподавательский состав, обучающий студентов со всего мира и обладающий самой большой туристской библиотекой.

Аналогичные вклады в развитие туристики были сделаны социально-научными центрами, ассоциациями международного значения, особенно в течение последних двух десятилетий.

Некоторые ведущие научные объединения, такие как Американская Антропологическая Ассоциация, Международный Географический Союз и Международная Социологическая Ассоциация, организуют заседания конгрессов по проблемам туризма.

Знаменательно, что два последних объединения создали официальные туристские исследовательские группы в 1990 году. Социологическая ассоциация сформировала группу, проводящую исследования на тему «Социология международного туризма».

Продолжают появляться другие организации, вносящие свой вклад в развитие школы туризма. В 1982 году Европейский Центр по управлению исследованиями и документацией в области социальных наук (*Венский центр*) явился инициатором проведения и материально поддержал мультидисциплинарное и межкультурное исследование на тему «Туризм как фактор перемен: социокультурное изучение». Болгария, Венгрия, Польша, Испания, Великобритания, США и Югославия принимали участие в первом этапе этого проекта.

Второй этап продолжается, и последующие открытия смогут пролить свет как на неисследованные и малознакомые области туристики, так и на социокультурные перемены для принимающих стран. Вместе с тем объединенными усилиями продолжают укрепляться позиции туризма в мире. На рубеже XX-XXI веков все большее количество правительственных организаций и коммерческих агентств подтвердили важность туризма в мировом масштабе.

Изучение туристики, начавшееся в экономике, охватило практически все науки.

Туристские исследования и становление школы туризма медленно, но верно набирают обороты. Следует охарактеризовать основные категории туристической деятельности, так как именно они определяют все направления в становлении и развитии национальных систем туристского образования. К ним относятся все разновидности туризма (внутренний, международный, социальный, экологический, деловой, религиозный, экстремальный) и сектора туристской сферы (гостиничный, ресторанный бизнес, туристские организации, регионы, рекреационные зоны).

Туризм – один из старейших видов бизнеса. Историки указывают на первые миграции религиозного характера аж в 4000 до н.э. Египтяне и греки искали истину, пытаясь добраться до богов и прикоснуться собственными руками к артефактам.

Персы первыми проанализировали ситуацию и для комфортного передвижения паломников проложили хорошие дороги, развили систему коммуникаций, а также полностью обеспечили инфраструктуру для гостей: построили корчмы, трактиры и дома для ночлега. Дома не сиделось и менее религиозно настроенным гражданам. Кого-то мучили подагра и ревматизм, кто-то хотел восстановить свою мужскую силу и девичью красоту.

На радость туристов, при источниках минеральных вод, лечебных грязей организовывались первые в мире санатории и курортные зоны. Особым комфортом отличались дома отдыха древних римлян и греков.

Русичи открыли прелесть путешествий одними из последних. Княгиня Ольга в IX веке посетила Византию исключительно из «любопытства посмотреть чудеса образованного мира».

Главным странником стал, конечно, Петр I, совершивший непрерывный трехгодичный вояж в составе Великого московского посольства в страны Западной Европы.

Самая первая туристическая компания появилась на свет лишь в начале XIX века, и открыл ее Томас Кук. Как показывают новейшие исследования в современной экономической науке, туристическая отрасль успешно развивается последние 30 лет.

Как отмечают зарубежные исследователи проблем подготовки специалистов в сфере туризма (Т.Баум, Ф. Бергер, М. Корсет, В.Манеш, Д.Чрептик), туристское образование носит пока нестабильный и нефундаментальный характер. Этот факт говорит о том, что учебные учреждения и инициативы по подготовке специалистов в них, предпринимаемые некоторыми компаниями и государственными структурами усилия, действуют скорее все еще интуитивно и инертно, чем под давлением обстоятельств и потребностей данного сектора экономики, как в прошлом, так и в наши дни. Научное изучение новейших данных показывает преимущества сотрудничества туристской индустрии, учебных заведений и туристских предприятий в деле конструирования всей системы туристского образования.

Зарубежные эксперты и исследователи сферы туризма (Д. Джафари, Д. Ричи) констатируют тот факт, что в наше время было бы разумным свести риск до минимума и заложить фундамент высококачественного образования и подготовки специалистов сферы туризма.

Стремительный качественный скачок в туристском спросе во многих странах способствовал спонтанному некоординированному развитию различных туристских инициатив, включая и те, которые относятся к обучению.

Вертикальное развитие сферы туризма и превращение его в одну из важнейших областей мировой экономики актуализирует необходимость анализа национальной социальной и социально-глобальной функций туризма. В этом контексте познавательным становится осмысление взаимодействия туризма и политической культуры, влияние туризма на формирование общецивилизованных ценностей у политической элиты, политических лидеров государства.

Такая задача сочетается работой, которая проводится в нашей стране по реализации «Государственной программы развития туризма на Украине до 2010 года».

Основные направления этой программы рассматривались на парламентских слушаниях, которые убедительно показали, что туризм становится приоритетным направлением развития экономики и культуры Украины, одной из самых привлекательных стран, расположенной в центре Европы. В Государственной программе развития туризма учитывается тот факт, что туризм как явление оказывает содействие становлению открытого общества.

Самые важные положения данного документа нашли свое отражение в Законе «О туризме» принятом Верховным Советом Украины в 1995 году. Туризм в массовых масштабах обеспечивает непосредственность контактов граждан с носителями других культур в результате личного опыта, благодаря чему в обществе возникает иммунитет относительно возможных на этой основе манипуляционных античеловеческих действий. Развитие новых форм туризма, в частности для людей с особыми потребностями, оказывает содействие утверждению толерантности в обществе. Появление таких демократических форм, как «зеленый» туризм, делает его доступным для всех граждан и действует как фактор укрепления открытого характера общества. Участие в туристической деятельности оказывает содействие положительному отношению к рыночной экономике в обществе и укреплению устоев правового государства: поскольку отношения агентов в этой области упорядочиваются на основе правовых норм;

Граждане овладевают ими в повседневной практике и право становится обычным элементом жизни общества.

Украинские философы, которые занимаются анализом философских и общественно-политических проблем развития сферы туризма (В.Пазенок, В.Антоненко, Т. Пархоменко, Я.Любивый) отмечают в своих исследованиях важные положения.

Сфера предоставления туристских услуг в стране способна оказывать содействие развитию в ней политической культуры, более важны, чем визиты граждан за границу, поскольку здесь присутствует фактор системного действия, связанный со всей инфраструктурой в стране.

Принципы открытости, толерантности, которые должны быть в основе развития туристской сферы, оказывают влияние в целом на общественное устройство страны, содействуют ее открытости и интеграции в мировое пространство.

Развитие туризма, расширение доступа посетителей со всего мира к естественным, культурным и другим объектам, кроме создания имиджа страны и налаживания международных связей, фактически укрепляет и расширяет источники инвестирования.

По мнению украинского философа-исследователя проблем туризма Ф. Рудича объекты туризма не являются чем-то постоянными – в туристический объект превращается то или другое произведение природы или людей в зависимости от этапа развития общества, его «картины мира». Так, естественные объекты становятся объектами туризма довольно поздно, на границе XVIII – XIX столетий, что было связано с возникновением в культурном обороте романтической идеи «природы».

Развитие туристической инфраструктуры во всем комплексе культурных, образовательных, информационных, технических, политических, правовых, экономических, административных и других составляющих, требует конструктивного соучастия разнообразных форм сотрудничества власти, бизнеса, средств массовой информации, общественных сообществ, министерств.

В условиях нынешнего многофакторного плюралистического мира туризм, как разнообразное образование, отвечает разным запросам индивидуумов (религиозным, культурным, рекреационным, медицинским). Этим естественно создается дифференциация, децентрализация, отход от унификации, возникновение многочисленных и разнообразных групп туристических объектов и, соответственно, туристических центров. В одной и той же стране могут быть расположены и промышленные, и культурные, и религиозные центры мирового значения, но при этом их значимость не обязательно будет совпадать. Потенциально каждый регион может иметь такой статус: специализация с повышением уровня сложности цивилизации будет возрастать.

Особое значение приобретает туризм в качестве фактора социализации молодых (в сфере управления его часто объединяют с делами молодежи, спорта и культуры) в политической сфере. Это обнаруживается в развитии туристского образования, феномена, появившегося сравнительно недавно. Впервые вопрос о создании системы туристского образования возник на Гаагской конференции в 1989 году.

Она в своей Декларации рекомендовала создать учебные заведения для удовлетворения потребностей туристической индустрии в персонале на различных уровнях.

На международной научной конференции «Образовательные программы ЮНЕСКО в области спорта, культуры и туризма», которая проходила в Красноярске (Россия, 2001), при рассмотрении вопросов, связанных с миссией туристского образования, отмечалось, что последнее отличается двойным характером. Туристское образование:

- ♦ может активно участвовать в решении проблем мирового, регионального и местного масштаба, таких, как: социальное отчуждение; углубление неравенства на международном уровне и внутри отдельных стран; увеличение разрыва между развитыми и развивающимися регионами; охрана окружающей среды;

◆ настойчиво стремится оказывать содействие, в частности, путем подготовки предложений и альтернативных рекомендаций в таких аспектах, как: постоянное туристское развитие, обмен знаниями, всеобщее соблюдение прав человека в туризме, понимание между народами, этническими, религиозными, культурными и другими группами; утверждение культуры мира и отказ от насилия; проявление «интеллектуальной и моральной солидарности».

В резолюции данной конференции констатируется тот факт, что одной из важнейших задач туристского образования в обществе должно стать выполнение его культурной и этической миссии. Туризм, спорт, культура призваны:

- содействовать сохранению и укреплению культурной самобытности;
- способствовать распространению и созданию культурных ценностей;
- сохранять многообразие культур и оказывать содействие их расцвету;
- помогать углублению понимания между культурами, их взаимообогащению;
- укреплять культурные ценности, которые имеют этическое значение.

Во всем мире общепризнанно не только практическое, но и теоретическое значение туризма. Эти аспекты феномена туризма удачно отображены в ряде статей видных философов.

Идея туризма, как фактора кросскультурной коммуникации людей и народов, как важного канала «народной дипломатии», как средства разностороннего развития личности, рефреном проходит сквозь предложенные разработки зарубежных (Ч. Кули, Д. Хабермас) и украинских ученых (В. Пазенок, Т. Пархоменко, Ю. Яковенко, Я. Любивый), объединяя тем самым их сюжетную разноплановость в определенную систему.

Туризм – это не только и не столько индустрия, которая изготавливает туристический продукт в виде предметов потребления и услуг, то есть потребительской их стоимости. Это и необходимость удовлетворения потребностей туриста, возникающие благодаря мотивационным целям его путешествий. Современная концепция туризма, не обесценивая его материального, финансового, технико-технологического назначения, делает акцент на том, что туризм является, вместе с тем, разветвленной областью гостеприимства, фактором процесса вхождения Украины в европейское и мировое пространство как равноправного партнера всех субъектов процесса строительства человекоцентрированного социума.

В этом благородном деле необходимо объединить усилия специалистов разных научных специальностей и туристских практиков – просветителей профильных учебных заведений, ведущих туристских фирм и отелей, ассоциаций и объединений, экскурсионных учреждений.

По мнению украинского философа В. Пазенка, самую большую интегрирующую и просветительскую роль в этой работе играют теоретики туризма, которые осмысливают туризм в его мировоззренческих и сенсотворческих для человека значениях – философия, социология, этика, эстетика, педагогика, психология – и те, кто исследуют конкретный состав сложного туристского комплекса: культурология, страноведение, религиоведение, археология, архитектура, музееведение, экскурсоведение, имиджелогия и т.п. Указанные научные направления должны существенно дополнить уже осуществленные отечественными учеными исследования в области экономики, маркетинга и менеджмента туризма. Некоторые решения обобщены в материалах международных и общенациональных конференций:

- «Международный симпозиум по туризму в следующем десятилетии» (Вашингтон, 1980).
- Международная конференция о проблемах в сфере туризма «Горизонты 1992» (Париж, 1987).
- Симпозиум Международной ассоциации управления гостиничными школами, где выступил Ф. Гоу с докладом «Глобальный подход к интеграции туризма в учебные планы гостиничного образования» (Париж, 1989).
- Национальная конференция по вопросам туристского образования в университетах Австралии (Канберра, 1990).

- Международная конференция университетов в Калгари и Суррее «Новые горизонты в туристском и гостиничном образовании» (Канада, 1991).
- Конференция Международной Ассоциации Путешествий Тихоокеанского региона (1992), где презентовали свои идеи американские исследователи туристской сферы: К. Ги («Навстречу предложенным вызовам») и В. Грандоун («Природа спроса и предложения в туризме»).
- 21-ая конференция Европейской Ассоциации академических исследований, где с докладом: «Представление новых образовательных структур» выступил Д. Бевервик (Лунд, 1999).
- Международная научно–практическая конференция «Туризм на пороге 3000» (Сочи / Ялта, 1999 / 2000).
- Всероссийская научно-практическая конференция «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития» (Москва, 2001).
- Международные научно-практические конференции: «Туризм на пороге XXI столетия: Образование, культура, экология» (Киев, 1999); «Туризм в XXI веке: Глобальные тенденции и локальные особенности» (Киев, 2001). Необходимо также подчеркнуть: Украина является членом ВТО, а Киевский университет туризма, экономики и права – членом Делового Совета этой организации. Этот вуз многое делает для решения задач, стоящих перед сферой туризма и туристского образования на Украине. Это обстоятельство актуализирует вопрос о месте отечественных научных работников и специалистов в мировой сети научно-исследовательских академий, институтов и центров туризма.

Многие представители отечественной научной общественности (В. Антоненко, В. Бабкин, В. Пазенок, Т. Пархоменко, Ф. Рудич, В. Федорченко, В.Цибух, Н. Цюрюпа, П. Яроцкий) ставят некоторые теоретические проблемы туризма на уровне мировых образцов, в философии и антропологии туризма, роли туризма в глобализационных тенденциях, экологизации сознания путешественников, проблемах паломнического туризма, туризма как антиконфликтного фактора (межэтническое общение, правовая защита туристов) на уровне инициативных и стимулирующих приоритетов. Как отмечается в «Законе о туризме», развитие туризма на Украине может получить приоритетный статус. Осознание этого всеми участниками национального туристского процесса – необходимая предпосылка адекватной этому убеждению практической туристского управления деятельности всех причастных к делу усовершенствования и развития туризма и туристского образования в нашей стране.

По мнению В. Пазенка, для разработки понятийного аппарата в сфере туризма необходимо обратиться к вопросам философии, как основе всех наук. Современная философия как стиль мышления (философствование) стремится приблизиться к массовому сознанию.

Показательная жизненно-практическая философия Б.Франклина – специфическая разновидность жизнеутверждающего индивидуализма («философия делового человека»).

Свидетельством актуализации практической «миссии» философии является также возрождение прагматизма («гуманитарный неопрагматизм»), философского учения, которое стремится перенести в философское исследование критический и экспериментальный дух естественных наук. Оно провозглашает «первенство интересубъективных, социальных, общественных измерений опыта, языка и науки». Указанная особенность новейшей философии объясняет тот факт, что диапазон употребления философских определений в разнообразных реалиях человеческой жизни и деятельности существенно расширился.

Это касается такой области философской теории, как социальная философия. В этом контексте правомерна проблема философии туризма (философские аспекты туризма).

Эта проблема выступает как важная составная общего вопроса – создание теории туризма «туризмологии» – специфической социоэкономической и социогуманитарной дисциплины синтетического характера с разветвленными межнаучными связями.

Комплексность можно считать характерной чертой туризма, основой удовлетворения социальных потребностей общества. Объективное основание туризма как явления общественной жизни делает его сложным, многогранным объектом научного познания.

Туризмология – научное направление, в рамках которого сочетаются разнообразные исследования туризма как общественного явления.

Задачей туризмологии является разработка теории функционирования туризма.

Многогранность явления делает такую задачу сложной и в то же время актуальной.

Выделяются аспекты функционирования туризма, практически сформировавшиеся в определенные направления исследований: экономический, исторический, географический, социальный, экологический, политический, культурный, психологический.

Каждое из направлений охватывает определенную область науки или несколько отраслей.

В частности: история, экономика, география, экология, психология туризма и т.п.

Каждая из этих дисциплин входит в определенную систему наук исторических, экономических, географических, социальных, психологических и т.п.

В научной литературе распространенная мысль: туризм как отрасль – это совокупность предприятий сферы услуг и ряда производственных служб на специализированных территориях, предстающих в виде комплексной системы, где услуги предоставляют учреждения размещения (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, туристические базы, дома отдыха, приюты, частные квартиры или отдельные дома и др.), питания (рестораны, столовые, кафе, бары), транспорта (автопредприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта), торговли (магазины, пункты проката).

В Законе Украины «О туризме» отмечается, «Туристическая индустрия (отрасль экономики) – это совокупность различных субъектов туристической деятельности (гостиницы, туристические комплексы, кемпинги, мотели, пансионаты, предприятия питания, транспорта, учреждения культуры, спорта), обеспечивающие прием, обслуживание и перевозку туристов».

Туристические услуги имеют «двойной смысл». С одной стороны, туризм предоставляет услуги познавательного характера, которые существенно отличают туризм от других отраслей экономики и даже – сферы услуг. С другой – услуги различных сфер обслуживания только тогда можно считать туристическими, если они продуцируются в период путешествия, то есть на туристическом маршруте или во время отдыха или стационарного оздоровления.

Кроме того, сфера туризма охватывает и материальные услуги, ориентированные на удовлетворение отдыхающих в различных предметах потребления. Последние производятся на предприятиях, производящих сувениры, специальное туристическое снаряжение.

Туристические услуги обладают определенными особенностями. Они создаются и потребляются на месте сосредоточения туристических ресурсов, в районах соответствующего климата, сосредоточение живописного ландшафта или уникальных памятников истории и культуры. Такая особенность туризма способствует формированию туристических потоков в определенные регионы, районы и туристические центры, а вместе – созданию соответствующих активов, влияющих на повышение занятости местного населения и рост их благосостояния.

Услуги можно сгруппировать в *обязательные, специфические и дополнительные*.

К обязательным относятся транспортные услуги, услуги гостиничного хозяйства (средства размещения туристов), услуги заведений.

Специфические услуги предоставляются преимущественно во время путешествия туристическим маршрутом, в процессе отдыха или оздоровления (показ уникальных памятников, способствующие получению особых впечатлений, оздоровительно-лечебные процедуры).

Потребность в дополнительных услугах чаще возникает на месте пребывания туристов – в период, свободный от предусмотренных рекреационных занятий (посещение театров, спортивных объектов, заведений развлечений).

Закон Украины «О туризме» отмечает: «Комплекс туристических услуг может включать транспортное обслуживание, бронирование мест на проживание и размещение, питание, экскурсионное обслуживание, организацию культурной, спортивной программ и т.п.».

Туризму присуща специфика, которая отличает его не только от торговли товарами, но и услугами.

Поэтому туристский продукт предлагают как «пакет благ» (услуги, транспорте, экскурсионные, бытовые, коммунальные, услуги переводчиков, гидов и др.), удовлетворяющий самые разнообразные потребности туристов. Основным туристским продуктом считают комплексное обслуживание – стандартный набор услуг, предоставляемый туристу туристско-экскурсионным учреждением в одном «пакете благ»(услуг).

Туристский продукт характерен определенными особенностями.

- спрос на туристические услуги чрезвычайно эластичен по отношению к уровню доходов и цен, он также зависит от политических и социальных условий;
- спросу свойственно сезонное колебание;
- туристский продукт не приспособлен к изменению спроса в пространстве и времени;
- его создают усилиями многих учреждений, предприятий;
- даже незначительные недостатки в туристских услугах не могут обеспечить высокое качество туристского продукта. Он является реальной экономической категорией, и его предлагают на туристическом рынке в трех основных видах: тур, туристско-экскурсионные услуги и товары.

Важным условием создания туристского продукта возникает наличие туристических ресурсов. Для организации эффективной экономической деятельности и привлечения широкого круга потенциальных потребителей туристических услуг необходимо сочетание всех составляющих ресурса – природных, историко-культурных и инфраструктурных.

Туризм по сути отличается многоплановостью в получении социальных результатов.

В нем соединены возможности удовлетворять потребности в отдыхе, оздоровлении, в познании, эстетическом восприятии, совершенствовании образования и воспитания, а также в общении с людьми и природой. Все это способствует повышению жизненного тонуса, развития личности через повышение уровня знаний и умения.

Основная функция туризма – воспроизводственная, направлена на восстановление духовных и физических сил человека, затраченных в процессе труда и осуществлении самих обязанностей. Восстановительные функции туризма содержат три основных элемента:

- ликвидацию чувство усталости;
- физическое оздоровление человека;
- организацию развлекательных мероприятий и повышение интеллектуальных функций – предоставление возможностей для развития личности вследствие организации познавательных походов, экскурсий, посещением музеев, историко-культурных памятников.

Социальная функция туризма заключается в рациональном использовании свободного времени. Туризм с его высокой организацией может влиять на рациональное использование досуга миллионов человек. За последние десятилетия усилилось гуманистическое значение туризма. – проявляется через растущее значение коммуникативного аспекта, развития религиозного, этнического, сентиментального туризма и др.

К значительным социальным факторам туризма относится содействие повышению занятости населения, ведь туризм считается одной из самых затратных отраслей.

В гостиничном бизнесе Европы десять туристов обслуживает три-четыре человека.

Туризм как социально-экономическое явление изучают немало наук: география, история, экономика, медицина, экология, психология и социология, политика, право, культурология, краеведение, инженерно-технические дисциплины. Каждая из названных дисциплин чем-то дополняет сферу туризма, создавая новое научное направление туризмоведения – туризмологии.

Каждая из этих дисциплин входит в определенную систему наук: географических; исторических; экономических, медицинских; экологических; социальных; политических; правовых; культурологических; краеведческих; инженерно-технических.

Изучение туризма может происходить по отраслевому принципу или проблемным научным исследованиям.

Именно проблемный принцип, по определению А. Любичевой, положен в формирование нового научного направления туризмологии, где комплексное исследование туризма становится междисциплинарной задачей.

Теоретико-методологические положения туризмологии включают разработку философских основ, принципов и подходов к разностороннему изучению туризма как явления, опираясь на имеющиеся достижения отраслевых научных дисциплин, которые занимаются разработкой определенных направлений (аспектов) функционирования туризма.

Одним из таких ведущих направлений в туризмологии является география туризма – отрасль географических знаний о пространственно-временной закономерности функционирования туризма как общественного явления. Пространственные формы общественных явлений и процессов исследует общественная география.

Туризмология – это целостная научная дисциплина о закономерностях развития и проблемы туризма, оказываются на его стыке с различными дисциплинами – географией, историей, медициной, экономикой, экологией, психологией и социологией, политологией, правом, культурологией, краеведением, инженерно-техническими дисциплинами, изучающих научно-методические основы развития туризма.

На необходимость разработки «туризмологии» указывалось на Международном Форуме АМФОРТ (Париж, 2000). Его участники, французские теоретики туризма Серж Перро и Жан Мишель Оернер, подчеркивают, что речь идет не только о разных подходах к теоретическим исследованиям туризма – "теоретических моделях туризмологии" – но и вместе с тем о том, чтобы теория туризма оказывала содействие развитию туристической индустрии.

Акцентированный интерес к теоретической рефлексии туризма наблюдается с 30-х годов XX-го столетия. В работах Д. Небеля, Л. Фостера, А. Фарбера, Д. Ризона предлагается осмысление психологических мотивов путешествий, даются соображения относительно идеологической и исторической природы досуга.

В 70-х-90-х годах начинают действовать специализированные научно-исследовательские центры туризма, мир увидел целый ряд профессиональных изданий – «*Journal of Travel Research*», «*Annals of Tourism Research*», «*The Journal of Tourism Studies*».

Проблематика туризма в ее гуманистическом аспекте, активно разрабатывается в работах Американской антропологической ассоциации «Социология международного туризма».

Международная Академия Туризма (Монако) уделяет большое внимание проблематике понятийного аппарата сферы туризма, туристской лексики и фразеологии, унификации и переводу туристских терминов и текстов. Содержательный опыт разработки разных аспектов теоретической рефлексии туризма широко представлен в публикациях Института туризма (Варшава) и Высшей Школы Туризма и Гостиничного Хозяйства (Гданьск).

Солидный вклад в дело создания туризмоведения принадлежит выдающемуся ученому Российской Международной Академии Туризма В.Квартальному, преподавателю Белорусского государственного экономического университета А. Дурович. Одним из факторов, стимулирующим создание туризмологии, является тенденция анализа понимания туризма как сугубо индустрии путешествий и отдыха, предоставление этому пониманию человеческого измерения.

По мнению С. Смита, такое толкование данного понятия делает акцент на мировоззренческом, познавательном, этическом, коммуникативном, культурном, значении туризма как специфического социального института и феномена общечеловеческой культуры.

В этом аспекте главным объектом туризоведения являются не отели, кемпинги, туристские бюро и агентства, а человек путешествующий. Путешествие – одно из ключевых понятий тезауруса туризоведения: «род деятельности – туризм, включает организацию путешествий и индустрию гостеприимства».

На значение понятия «путешествие» указывают и французские теоретики: «Так же, как география нашла единство в территории, туризмология должна найти свое единство в путешествии.»

Но путешествие – это лишь одна из форм деятельности человека, проявление его образа жизни». Человек, путешествующий (ученый, бизнесмен, богомолец, отдыхающий, страновед, спортсмен-альпинист или молодой искатель приключений) – это не просто потребитель туристского продукта.

Он передвигается в пространстве и времени, а личность, которая во время странствий, поездок приобщается к миру природы и культурных артефактов, к «ценностным галактикам» других стран и народов. Именно такая личность образует эпицентр философии досуга и туризма и способна, не просто созерцать мир, или использовать его, в том числе варварским способом, а любоваться им, усваивать богатства природы и культуры, превращая приобретенные знания и впечатления в достояние собственной духовности.

Проблематика туризма в ее теоретико-методологическом аспекте начала осмысливаться и разрабатываться специалистами на Украине (В. Бабкин, В. Абрамов, И. Зязюн).

В поле внимания исследователей находятся точки соприкосновения философии с политологией, историей, социологией, правоведением, культурологией, религиоведением, антропологией, экономикой и маркетингом, педагогикой и психологией, географией и страноведением, И.Зязюн говорит о проникновении философии в туризмологию.

Структуру общей теории туризма образуют такие разделы, как «история туризма», «экономика туризма», «социология туризма», «педагогика туризма», «психология туризма».

Особое значение для создания «туризмологии» имеет углубленная работа над терминологическим определением специфики феномена туризма. Ведь это не только важная научная задача, но и практическая потребность. Неточность понятийного аппарата, несогласование терминов и определений, произвольность трактовок многих категорий существенным образом сказывается на содержании туристской статистики, официальной отчетности, аналитически отображающей соответствующее действительности состояние туризма в нашей стране.

Философия туризма, как и любая другая теоретическая рефлексия, стремится, прежде всего, выяснить сущность туризма понятийным способом, представить ее категориально, концептуально. Эта довольно сложная задача, ведь туризм настолько многостороннее явление общественной жизни, что его невозможно однозначно определить.

Туризм вместе с тем выступает как область хозяйствования, сложный межотраслевой комплекс, где формируется и реализуется туристический продукт, как вид экономической деятельности, как самодеятельность людей, их образа жизни, своеобразное хобби. Следует подчеркнуть тот факт, что туризм является общественной сферой гостеприимства, которая в особенности выразительно демонстрирует его сервисный, нетехнологический характер.

Уже названные ипостаси туризма достаточны для того, чтобы охарактеризовать туризм как сложный многоаспектный социальный феномен, и ни одна социогуманитарная наука не способна полностью и исчерпывающе охарактеризовать его как предмет собственных исследований. Теория туризма (туризмология, туристика, туризоведение) ставит перед собой цель в системном виде отобразить феномен туризма, все его составляющие компоненты.

Рефлекторно туризм представляет собой духовное и социокультурное явление, своеобразную проекцию многогранного бытия человека, выражение его общественной сущности.

Философия туризма постепенно приобретает определенную дисциплинарную автономию в границах европейской социальной философии.

В туризмологии существует круг проблем, которые анализируются лишь философскими средствами с помощью философских понятий – таких как развитие, истина, справедливость, свобода и ответственность – справедливо подчеркивает И. Зязюн. Наибольшего внимания требует туризм в аспекте философской и социальной обусловленности его как «способа» и как «ценности». Философское осмысление феномена туризма реализуется благодаря его герменевтическим потенциалам. Отражение явлений туризма специфическим философским способом предопределяет то, что философия туризма выступает как своеобразная социально-философская феноменология.

Понимание и восприятие ценностей культуры, осуществляемое в туристических путешествиях, реализуется через истолкование, интерпретацию (герменевтика). Человек, познающий мир, не только слушает рассказы и наблюдает, но и лично расшифровывает содержание памятников истории, шедевров архитектуры, «произведений природы», сам осваивает их, делает своим («присвоение»). Герменевтика является феноменологией человеческого бытия (Dasein), одну из граней которого составляют путешествия.

Проблемам социокультурной компетенции в сфере туризма уделяют внимание в своих исследованиях такие американские ученые, как Ч. Кули («Человеческая природа и общественный порядок»), М. Бирам, Г. Зарате («Определения, цели и оценки социокультурной компетенции»), Э. Декадт («Перспективы социального и культурного влияния туризма в развивающихся странах»), М. Коул («Зона ближайшего развития: где культура и познание создают друг друга»).

В своих трудах американский ученый Д. Пирс отмечает тот факт, что насыщенный философским, человекоцентрированным содержанием, туризм способствует развивающемуся влиянию на личность, как профессионального деятеля, так и обычного участника туристических событий. Конечно, мера этого осознания, характер ощущений случайности или закономерности пребывания в этом мире в большей мере зависит от субъекта туристического действия.

Это может быть функционер, менеджер, обычный турист, и от его жизненного опыта, культуры, образованности, мотивации, деятельности зависит этот процесс. При этом нельзя не учитывать тот факт, что незаурядную роль в туризме играют финансовые возможности, как собственника туристических услуг, так и тех, кто их потребляет.

Как свидетельствует практика, для туриста, который осуществляет поездку с деловыми, научными, культурно-познавательными целями, главным является незабываемое впечатление от встреч с историей, культурой, обычаями других народов и стран. Положительные эмоции, как правило, преобладают в сравнении с неудобствами, которые случаются во время путешествия.

Важной составной философии туризма можно рассматривать его нравственно-психологический компонент. Этика туризма – одна из форм профессиональной морали для тех, кто специально занимается этим видом общественной деятельности. Однако, об определенных нормах и границах, в которых может разворачиваться туристическая деятельность, люди начали задумываться задолго до появления самого термина «туризм».

Участники международного семинара «Реализация этических принципов при развитии туризма» (Тель-Авив, 2000) подчеркивали, что в поведении, как туриста, так и специалиста туристического дела нравственно-психологические качества займут видное место.

Каждая воспитанная личность при встрече с незнакомыми людьми старается, как правило, создать приятное впечатление, быть дружелюбным, радушным, внимательным.

Другое дело, когда для отдельной части этих людей моральная культура оказывается сугубо функциональной, ведь невежливое обращение с клиентом угрожает успешному бизнесу.

Основываясь на принципах признания равноправия диалогических убеждений и жизненных позиций, объединение ценностей индивидуальной свободы и общей ответственности, эта этика образует устои общечеловеческой культуры.

«Коммуникативная культура» – основное звено концепции нового гуманизма, которая является одним из представлений теоретической модели всечеловеческих ценностей, конкретизируясь в каждую новую историческую эпоху. Она обеспечивает устойчивость существования человеческого сообщества, преемственность эволюционных процессов.

На стыке понятий возникла коммуникативная педагогика или педагогика диалога культур.

Как самая демократическая форма человеческих взаимоотношений туризм способен оказывать содействие моральной мелиорации современного общества, которое остро страдает от приобретенного социального иммунодефицита – брака искренности и теплоты человеческого общения. Гуманистически-терапевтический смысл коммуникативной культуры определяется ее ценностными нормативами, среди которых приоритетными являются:

- признание достоинства человека (принцип самодостаточности личности);
- доброжелательное отношение к «альтернативным» или непохожим мыслям, убеждениям, образу жизни (принцип толерантности). Все общественные институты (экономика, политика, дипломатия, образование, наука, искусство) призваны обеспечить такую культуру.

Но одним из центральных звеньев, способных интегрировать человечество, преодолеть тенденции сепаратизма, вражды и взаимоподозрения, является туризм. Можно целиком согласиться с утверждением Н. Бидо о том, что «туризм созвучен гуманизму».

Предмет «философия туризма» позволяет приобщить студентов к практическим реалиям философии, дает возможность глубже понять как туризм, так и философию в целом.

Студенты понимают более осознанно многогранность туристической деятельности, ее потребности и проблемы. Они обучаются искать решения данных проблем в контексте философского подхода к образованию. В учебные планы вносятся такие дисциплины, как социология, соционика, политология, экология, педагогика, психология, право в сфере туризма. Педагогические понятия анализа проблем подготовки специалистов для сферы туризма составляют основу профессиональной педагогики туризма. Профессиональное образование предполагает, прежде всего, целевое воспитание во время профессионального обучения.

Решением задач профессионального воспитания в сфере туризма – дисциплинировать (воспитывать самостоятельность), культивировать (развивать индивидуальность), цивилизовывать (воспитывать правильные ориентиры в обществе), организовывать (воспитывать нравственное стремление к положительному взгляду на жизнь) – занимается профессиональная педагогика туризма, которая изучает связь между предпосылками обучения, его процессом и результатами.

Для того, чтобы исследовать основные факторы, формирующие структуру, содержание, принципы и методологические подходы в системе туристского образования необходимо проанализировать основные понятия и категории педагогического анализа систем подготовки специалистов сферы туризма. В структуру понятийно-категориального аппарата педагогического анализа проблем профессиональной подготовки кадров входит также целый комплекс понятий: структура, методы, принципы, стандарты и технологии профессионального туристского образования, как части национальной системы профессионального образования.

Проблемы общей дидактики исследуют российские, украинские, польские и немецкие педагоги (А. Алексюк, С. Архангельский, В. Беспалько, Г. Бордовский, Л. Буркова, Л. Василюк, И. Володарская, В. Володько, В.Извозчинков, В. Леднев, А. Лигоцкий, А Митина, В. Оконь, Р. Пахоцинский, С. Сисоева, К. Чарнецкий, Д.Чернилевский, А. Шелтен, Н. Яковец и др.) Основные положения их исследований можно перенести и на сферу туристского образования.

Они являются составной частью общего понятия такого предмета, как педагогические технологии в сфере туризма, основы которых заложены в таких категориях:

- специализация и обучение профессии;
- повышение квалификации;
- подготовка педагогов для профессиональной подготовки кадров;

- практика на туристском предприятии;
- концепция обучения каждой конкретной профессии;
- содержание обучения конкретной специализации;
- требования контроля качества обучения и экзаменационные требования, как высшая степень этого контроля;
- образовательная политика учебного заведения в конкретном регионе мира;
- реформирование образовательной системы подготовки кадров для сферы туризма с целью усиления ее конкурентоспособности на мировом рынке труда.

Процесс формирования основных педагогических понятий в связи с потребностями учебно-воспитательной практики высшего учебного заведения туристского профиля составляет основу туристского профессионального образования, состоящей из следующих компонентов:

- концепция;
- организация;
- основы профессионального повышения квалификаций;
- политика и реформирование туристского образования.

Эти основные положения создают фундамент системы туристского образования.

Именно профессиональная подготовка в высших учебных заведениях Украины должна учитывать все направления туристской деятельности, ее особенности и изменения в эпоху глобализации.

Успех подготовки специалистов сферы туризма тесным образом взаимосвязан с современными тенденциями в экономике во всем мире и в каждой стране с учетом политической и экономической ситуации. Сохраняя культурную самобытность, граждане каждой страны должны нести свою культуру в мир, способствовать обогащению всеобщей культуры, стремиться вести диалог культур. Такие инновации стали достоянием образования только в последние годы.

Новые требования общественно-экономического развития к подготовке кадров для разрешения поставленных проблем обуславливают использование результатов профессиональной сравнительной педагогики, задачей которой является непосредственное определение преимуществ и особенностей в подготовке специалистов различных сфер в разных странах на основе сравнительного исследования.

На всех этапах все преобразования, которые происходят в обществе в общих чертах, и в сфере профессионального образования, должны концентрироваться на формировании компетентной личности, соединяющий теоретические знания и практические умения, являясь главным действующим лицом и субъектом общественно-исторического развития и целью его совершенствования.

Насущность решения данной проблемы обусловлена такими факторами:

- социально-экономическими требованиями обеспечения реформирования системы профессионального туристского образования в условиях глобализации всех процессов в обществе на основе изучения и использования опыта зарубежных стран;
- необходимостью расширения теоретико-методологического обоснования дальнейшего развития подготовки кадров для сферы туризма с учетом достижений профессиональной педагогики стран с высоко развитой сферой туризма;
- задачами углубления традиционных и разработкой новых педагогических подходов к решению проблем гуманизации, интеллектуализации и гуманитаризации подготовки специалистов сферы туризма;
- необходимостью обогащения учебно-организационных форм профессиональной подготовки кадров на основе исследования зарубежного опыта;
- насущной потребностью разработки нового инструментария теоретического познания в сфере сравнительной профессиональной педагогики туризма.

Сложность и разнообразие проявлений человеческой личности, большая зависимость цели от идеологических и культурных контекстов создают неисчерпаемость проблематики, постоянную потребность осмысления научной сущности этих категорий и поиска способов их формирования, новейших принципов развития учебной деятельности в высшей школе.

В условиях наличия глобальных проблем у человечества нет другого выхода, как найти взаимопонимание для самосохранения и дальнейшего развития. Главная проблема современности, по словам А. Печчи, заключается в том, «как жить, чтобы не погубить себя, сберечь прошлое (традиции и культуру), не вступать в конфликт с другими сообществами людей».

Социально-экономические, политические и образовательные задачи развития общества объективно привели к изменениям во всех сферах жизни. В связи с этим изменяется характер профессиональной деятельности, ее структура, содержание, принципы, техническая база и организационные формы, а также требования к профессиональной подготовке специалистов по туризму. Поэтому одним из важных компонентов активной туристической деятельности является организация специального туристского образования в различных мировых регионах.

Однако, в системе подготовки кадров для сферы туризма еще много проблем: отстраненность теории от практики, отсутствие фундаментальной теоретической подготовки, разрешение которых потребует мобилизации сил и средств всех задействованных в образовательный процесс. Сфера туризма прогнозирует высокую потребность в современных специалистах с высокой профессиональной компетентностью.

В новых исторических условиях в период глобализации появляются новые ориентиры и разрабатываются другие подходы к изучению опыта за рубежом, самых развитых в туристической сфере европейских стран, которые уже прошли столь тернистый путь в создании своего национального туристского образования.

Исследование накопленного опыта организации туристической деятельности и туристского образования в Германии, Италии, Испании, Турции, США, Китае, Франции, Великобритании, России и в других странах будет способствовать созданию самобытной национальной образовательной структуры, которая бы отвечала нашим традициям, и в то же время вобрала в себя всё новое, что наработано в последние десятилетия в этих странах мира.



1. 3. МЕЖДУНАРОДНЫЕ & ГОСУДАРСТВЕННЫЕ & ОБЩЕСТВЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СФЕРЕ ТУРИЗМА & ТУРИСТСКОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

Международный туризм оказывает содействие процессу взаимообогащения культур разных регионов и народов мира, формированию общечеловеческой культуры.

В наше время для выводов о единстве человеческого рода, об активном диалоге культур, о формировании мировой культуры, общечеловеческих ценностей, оснований намного больше, чем в предшествующих столетиях. В XX столетии состоялись коренные глобальные изменения в мире, к которым принадлежит невиданное ускорение экономического и технического развития, возрастание всесторонних связей и взаимозависимости между народами и континентами.

К этому следует прибавить наличие таких средств связи, как радио, телевидение, компьютерные системы, с помощью которых выдающиеся научные достижения, художественные произведения, новые формы социальной и политической жизни быстро становятся достоянием всего цивилизованного мира.

Т. де Шарден, говоря о «планетаризации» человечества, отмечал, что народы и цивилизации достигли такой степени периферийного контакта, экономической взаимозависимости, или психической общности, что могут развиваться, лишь взаимопроникая друг в друга.

В поддержании культурных контактов между народами важную роль играет международный туризм, как непосредственное широкомасштабное общение между обычными гражданами разных стран, деятелями науки, представителями культуры.

Общение, как социальное явление, выполняет много функций, в частности – это важный фактор общественной интеграции.

Международный туризм, в котором принимают участие миллионы людей – представителей разных народов и наций, оказывает содействие взаимопознанию и взаимопониманию, утверждению доверия между людьми. Доверие – это необходимый залог разносторонних, взаимовыгодных связей и в сфере культуры.

А. Швейцер отметил, что «доверие в любом деле является той первоочередной ценностью – оборотным капиталом, без которого не может обойтись ни одно дело. Оно способно обеспечить условия для процветания во всех сферах». Ориентация на широкие цивилизованные социальные процессы предусматривает такие подходы:

- расширение международных контактов;
- усвоение общезначимых достижений мирового сотрудничества;
- глубокое проникновение в сущность педагогических явлений и процессов, включая систему профессиональной подготовки специалистов сферы туризма.

По мнению выдающегося американского теоретика туризма А.Буркарта в научном исследовании «Туризм: прошлое, настоящее и будущее», XX столетие характеризуется чрезвычайно быстрым развитием международного туризма. Этому оказывали содействие, как определенные объективные факторы (повышение жизненного уровня, увеличение времени отпусков, растущее утомление от жизни больших городов, упрощение пограничных формальностей, ослабление ограничений на ввоз валюты, строительство аэродромов, дорог, гостиниц, реклама туристских объектов), так и деятельность международных, региональных и национальных туристических организаций, добивающихся от государств обеспечения доступа к туризму разных слоев населения. После Второй мировой войны туризм приобретает массовый характер и становится потребностью для большинства населения индустриальных стран.

Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, производственным циклом, продуктом, методами организации и управления. По данным ЮНВТО сфера туризма формирует 9% мирового ВВП и 6% мирового экспорта.

В европейских странах в 50-60-е годы XX века происходит массовое строительство гостиниц, мотелей, увеселительных заведений. Европейский туризм, ориентированный на прием американских туристов, являлся источником валютных поступлений для принимающей страны.

В эти годы в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, позволяющие говорить о том, что *массовый конвейерный туризм* трансформировался в *массовый дифференцированный туризм*.

Определяющим мотивом поведения потребителя туристских услуг в этот период является рекреационный аспект туризма: отдых для восстановления физических сил после повседневного труда с целью его продолжения. Повышение благосостояния массового потребителя, продолжающийся экономический подъем, постепенное изменение соотношения рабочего и свободного времени в пользу последнего, изменили приоритеты в психологии потребления.

По мнению П. Шнура, на рубеже 60-70-х годов формируется «общество потребления материальных благ – потребления ради потребления». Рынок производителей сменяется рынком потребителей. Усложняется мотивация туристского спроса: наряду с рекреационным туризмом растущее значение приобретает образовательный, коммуникативный и инвестиционный аспекты туризма. Все названные выше процессы сохраняют актуальность на протяжении 80-х годов. В туристском предложении в конце 60-х начале 70-х годов наблюдаются концентрационные процессы, расширяются объемы туристского спроса и предложения, в туристическую отрасль трансформируется капитал из других сфер экономики (транспортные предприятия, торговые фирмы). Рыночную стратегию туристических фирм до середины 70-х годов XX века отличает «универсализм» производимого туристского продукта при отсутствии существенной специализации на отдельных узких сегментах спроса.

Со второй половины 70-х годов одновременно с дифференциацией туристского спроса в предложении усиливается тенденция к специализации и диверсификации, причем последняя находит выражение как в расширении ассортимента предоставляемых услуг в рамках специализации фирмы, так и в проникновении туристических фирм в другие сферы услуг.

Насыщение рынков товаров и услуг, замедление темпов роста экономики, экономический и структурный кризис середины 70-х годов стимулировали формирование дифференцированного туризма и его доминирование в 80-е годы. Это свидетельствовало о кризисе индустриального общества, для которого характерно отношение к человеку лишь как к фактору производства, что ведет к углублению отчуждения индивида от условий и результатов его деятельности, усилению стандартизации человека, его культуры и облика.

В современном мире туризм играет позитивную роль не только в деле сотрудничества, солидарности и культурного обмена между разными странами.

Туризм вошел в XXI век как самый стабильный развивающийся сектор экономики, став одной из крупнейших и динамичных отраслей международной торговли услугами. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

В период с 2000 года по 2010 год объем поступлений от международного туризма почти удвоился – с \$ 482 млрд. Средние темпы роста международных туристских посещений составили 4,2 % до 2010 года, и, ожидаются не менее 4,5 % в период с 2010 по 2020 год.

Туризм превращается в одну из приоритетных сфер в мировой экономике, вызывает как развитие отдельных отраслей, так и социально-экономическое развитие целых стран.

В некоторых странах туристическая отрасль формирует большую часть национального богатства государства.

Страна	Количество международных поездок, млн	Доля рынка, %
Германия	163,5	10,2
Япония	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Великобритания	96,1	6
Франция	37,6	2,3
Нидерланды	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0
Россия	30,5	1,9
Италия	29,7	1,9

Международный туризм оказывает значительное влияние на мировой ВВП. Согласно оценкам Всемирного Совета по Туризму и Путешествиям (WTTC), туризм числится в первых пяти позициях общего экспорта 80% стран мира, особенно Европы, Среднего Востока и США.

По количеству прибытий и доходам от международного туризма ВТО ежегодно составляет рейтинг десяти лидирующих стран.

Возрастающее значение туризма в экономическом развитии все большего числа стран подтверждает предположение, что доля поступления от международного туризма в ближайшее десятилетие будет расти. Прогнозы показывают, что в 2016 году число людей, работающих в туризме, составила 8,6 % всего занятого населения в мире. В США, согласно национальной статистике, туристическая индустрия обеспечивает свыше 16,7 млн. рабочих мест, что составляет 11,9 % от общего количества рабочих мест во всей стране.

Увеличение объемов капитальных инвестиций в туризм также свидетельствует об экономическом значении этой области на мировом уровне. В общем числе туристических поездок в мире, 60 % составляют поездки в связи с отдыхом, 30 % – деловые поездки.

Развитие туризма способствует решению важнейших социально-экономических проблем как в промышленно развитых, так и в развивающихся странах. В развитых странах валютные поступления от туризма составляют от 10 % до 35 % от суммы всего экспорта.

В 60-70-х годах ООН и ЮНЕСКО рассматривали развитие туризма как "чудодейственный шанс" для решения острейших социально-экономических проблем развивающихся стран, которые поставляли на международный рынок возобновляющиеся туристические ресурсы и смогли создать новые рабочие места, модернизировать свою экономику.

Развивающийся туристический бизнес потребовал объединения туристических организаций не только в национальных рамках, но в мировом масштабе.

В 1898 году в Люксембурге было создано первое такое объединение, названное «Международной Лигой туристических организаций». В 1925 году в Гааге состоялся I конгресс Международного союза официальных организаций по пропаганде туризма, где приняли участие представители 14 европейских государств. В результате в 1927 году были созданы первые в этой сфере организации «Международный Конгресс Официальных Ассоциаций Пропаганды Туризма» (МКОАПТ) и Международный Конгресс официальных туристических организаций (МКОТО); в 1930 году – Международный Союз Организаций по Пропаганде.

Послевоенный период потребовал совершенствования организационной структуры по руководству мировым туризмом. По мере развития туризма он становился неотъемлемой частью современной жизни, возрастало его международное значение.

К середине 1960-х годов стало ясно, что необходимо создать более эффективный инструмент, способный контролировать развитие туризма и обеспечить работу межправительственного механизма, предназначенного для регулирования перемещения граждан, туристской политики и воздействия туризма. В 1947 году все перечисленные организации были реформированы, а на их базе в Париже учрежден Международный Союз Официальных Туристских Организаций (МСОТО). Действительными членами этой организации стали представители 116 государств.

По мере роста объемов туризма и расширения его географии, развития средств транспорта и включения в маршруты нескольких стран одновременно, к делу упрощения туристских поездок подключились международные организации. Исходя из резко возрастающих потоков туристов, был созван целый ряд международных конференций и совещаний по туризму:

- 1921 – В Барселоне Лига Наций приняла Конвенцию и Статус о свободе транзита по железным дорогам.

- 1925 – В Гааге созван Международный конгресс ассоциаций транспортного обслуживания.

- 1925 – В Гааге состоялся первый конгресс Международного Союза Официальных Организаций по Пропаганде Туризма.

- 1929 – В Лондоне принята Международная Конвенция об охране человеческой жизни на море (дополнения и уточнения в нее вносились на протяжении многих лет).

- 1929 – В Варшаве принята Конвенция об унификации некоторых правил, касающихся воздушных международных перевозок. О важности Варшавской Конвенции говорит тот факт, что ссылки на ее название до сих пор приводятся на бланке каждого авиационного билета.

- 1934 – В Гааге проведено совещание и принято решение по возрождению Международного Союза Организаций по Пропаганде Туризма.

- 1944 – Состоялась Чикагская Конференция Международной Организации Гражданской Авиации (ИКАО), куда внесены предложения по унификации вида и содержания заграничных паспортов для облегчения процедуры регистрации международных авиарейсов.

- 1946 – В Лондоне проведена Конференция Национальных Туристских Организаций, где были рассмотрены вопросы возрождения туризма после второй мировой войны.

Одновременно вопросы развития туризма были включены в повестку дня работы подразделений ООН. Необходимо отметить, что с 1946 по 1975 годы, – до начала деятельности ВТО всю работу по развитию туризма в системе ООН выполнял Экономический и Социальный Совет ООН.

- 1954 – В Нью-Йорке проведена конференция ООН, принявшая Конвенцию о таможенных льготах для туристов (наша страна присоединилась к Конвенции в 1959 году).

- 1963 – Была организована Конференция ООН в Риме по международному туризму и путешествиям, в ходе работы которой были конкретно обсуждены проблемы «упрощения установленных правительством формальностей в отношении международного туризма».

- 1967 – Генеральная Ассамблея ООН провозгласила годом международного туризма.

- 1967 – В Брюсселе принята Конвенция об унификации некоторых правил по перевозке морем пассажиров и багажа.

- 1968 – В Берне проведен Международный Семинар ООН по вопросам развития туризма.

- 1969 – В Софии состоялась Международная Конференция ООН, где принята резолюция об образовании межправительственной организации по туризму, ставшей впоследствии ВТО.

- 1973 – В Киото была Конференция по упрощению и согласованию таможенных процедур.

- 1980 – В Маниле открылась Всемирная конференция по туризму (27 сентября отмечается как Всемирный день туризма).

- 1982 – Состоялось Всемирное совещание по туризму в Акапулько.
- 1989 – Состоялась Межпарламентская конференция по туризму в Гааге.
- 1999 – Принят Глобальный этический кодекс туризма.

Международный туризм рассматривается как естественное и неотъемлемое право на свободу перемещения граждан.

В 1966 году на Генеральной Ассамблее ООН был принят Международный пакт о гражданских и политических правах, где подчеркивалось право каждого человека свободно покидать любую страну, включая свою собственную. К 1991 году насчитывалось свыше ста международных специализированных организаций туризма.

Наиболее влиятельной из них является Всемирная Туристская Организация (ВТО), созданная в 1975 году и в настоящее время объединяющая более 120 государств мира.

Генеральная Ассамблея ООН признала за ВТО статус межправительственной организации, отвечающей за развитие иностранного туризма. В декабре 1969 года Генеральная Ассамблея ООН приняла соответствующую резолюцию, по которой преобразованный Международный Союз Официальных Туристических Организаций должен играть ведущую роль в сфере туризма совместно с существующим в рамках ООН механизмом. Во исполнение этой резолюции в мае 1974 года уставные документы ВТО были ратифицированы государствами, официальными туристическими организациями, входившими в Международный союз.

Устав ВТО был принят 27 сентября 1975 года. Начиная с 1980 года, этот день ежегодно отмечается как Всемирный День Туризма под определенным девизом.

Каждые 4 года ВТО созывает сессии, между которыми работает Исполнительный Совет Генеральной Ассамблеи. Генеральный Секретарь ВТО назначается Генеральной Ассамблеей ВТО сроком на 4 года. Официальные языки: английский, французский, испанский. Бюджетные расходы покрываются за счет членских взносов. Принимая во внимание ведущую роль ВТО в сфере туризма и путешествий, ООН возложила на нее главную роль в пропаганде и развитии ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, призванного способствовать экономическому развитию, международному взаимопониманию, миру, взаимному уважению, соблюдению гражданских прав и основных свобод.

В структуре действуют 6 региональных комиссий: для Европы, Африки, Америки, Южной Азии, Ближнего Востока и района Тихого океана. Функционирует высший учебный центр по туризму (СИЕСТ) в Мексике. При ВТО созданы несколько фондов для поддержки развития индустрии туризма в разных странах. Наряду со специализированными организациями вопросами туризма эпизодически занимаются влиятельные международные организации:

- ООН по Вопросам Образования, Науки и Культуры (ЮНЕСКО);
- Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС);
- Международная Организация Труда (МОТ);
- Международная ассоциация транспортной авиации (ИАТА) и др.

Формой международного сотрудничества в сфере туризма, путешествий и гостеприимства являются Конференции ООН, первая из них состоялась в Риме в 1963 году.

Значение этой конференции было связано с регулированием международных туристских связей, обсуждением вопросов пограничных и таможенных формальностей, официальным определением понятий «временный посетитель», «турист», «экскурсант».

Вторая Конференция ООН состоялась в Маниле (Филиппины) в 1980 году.

Важную роль для развития туризма сыграла принятая на конференции Манильская Декларация по мировому туризму, в которой основное внимание уделялось международным аспектам туризма, роли туризма в национальной экономике и международной торговле как важного показателя мирового развития.



В 1975 году в Вене состоялась Европейская конференция по молодежному и студенческому туризму (ЕКМСТО). На конференции были приняты Венские рекомендации по развитию молодежного и студенческого туризма и обменов и разработке форм поощрения обменов для трудящейся и учащейся молодежи и т.д.

В послевоенной Европе было немало сделано для развития и организационно-правового обеспечения развития международного туризма. С экономической точки зрения, выездной туризм может иметь ряд негативных последствий для развития национальной экономики отдельно взятых стран, поскольку он может рассматриваться как канал утечки значительных валютных средств из страны. История развития международного туризма в последние 40 лет знает случаи, когда отдельные страны вводили различные административные и экономические ограничения на выезд своих граждан за границу.

Государственные органы проводили широкие пропагандистские кампании за развитие внутреннего туризма, рассчитывая таким образом улучшить состояние своего внешнеторгового платежного баланса. Вот почему усилия международных организаций были направлены на пропаганду и поддержку того, что в демократических странах выездной туризм должен рассматриваться как естественное и неотъемлемое право на свободу перемещения граждан.

Принципы свободы зарубежных туристических путешествий закреплены во многих международных документах, среди которых: «Резолюция по Международному туризму» (Конференция ООН, Рим, 1966), «Заключительный Акт Сопредседательства по безопасности и сотрудничеству в Европе» (Хельсинки, 1975), «Декларация Всемирной Конференции по Туризму» (Манила, 1980), «Декларация Конференции Межпарламентского Союза по Международному Туризму» (Гаага, 1989) и других.

В мире около 200 международных туристских организаций всемирного характера.





















На своей VI сессии Генеральной Ассамблеи в Софии (Болгария, 1985) ВТО утвердила «Хартию туризма» и «Кодекс туриста», приняла специальные резолюции о роли туризма в деле укрепления мира и о молодежном туризме.

ВТО на Генеральной Ассамблее в Сантьяго (Чили, 1999) приняла «Глобальный этический кодекс туризма», являющийся основным документом, определяющим содержание деятельности и перспективы этой организации. В 2003 году ВТО получила статус специализированного агентства ООН и подтвердила свою ведущую роль в сфере международного туризма.

В ВТО в 2017 158 стран-участниц, 6 ассоциированных территорий, 2 территории в статусе наблюдателя и 500 аффилированных организаций, представляющих образовательные учреждения, туристские ассоциации, местные администрации.

Цель деятельности ВТО развивая туризм, стимулировать экономическое развитие, создавать рабочие места, поощрять меры по защите окружающей среды и памятников культурного наследия, а также способствовать установлению мира, повышению благосостояния и уважению гражданских прав. В начале XXI века туризм прочно утвердился во многих странах как быстро развивающийся экономический сектор.

Он обеспечивает приток иностранной валюты и создание рабочих мест. Международный туризм дает самые высокие в мире поступления от экспорта и для большинства стран является важным фактором обеспечения платежного баланса. Развитие туризма стимулирует приток в его инфраструктуру огромных инвестиций, большая часть которых идет на улучшение качества жизни, как местного населения, так и туристов, обеспечивая правительствам значительные финансовые поступления в виде налоговых сборов. Большая часть новых рабочих мест и предприятий в туризме создается в развивающихся странах, что позволяет сбалансировать возможности экономического роста, содействует закреплению жителей в сельской местности, предотвращая их отток в перенаселенные города.

Рост туризма в период между 2010-2016 гг.	Успехи в 2016 году в индустрии туризма
 Мьянмы 73.5%	 Азербайджан 46.1%
 Судан 49.8%	 Монголия 24.4%
 Азербайджан 36.4%	 Исландия 20.1%
 Катар 34.1%	 Кипр 15.4%
 Сан-Томе и Принсипи 30.1%	 Казахстан 15.2%
 Шри-Ланка 26.4%	 Молдавия 14.2%
 Камерун 25.5%	 Коста-Рика 12.1%
 Грузия 22.7%	 Грузия 11.2%
 Исландия 20.0%	 Шри-ланка 10.7%
 Кыргызстан 19.5%	 Таиланд 10.7%

ВТО поощряет правительства стран к развитию партнерских отношений с предприятиями частного сектора, представителями местных администраций и неправительственными организациями, принимающих более активное участие в развитии туризма. ВТО помогает странам всего мира максимально использовать преимущества туризма и при этом сводить к минимуму отрицательное воздействие туризма на экологию и социальную сферу.

ВТО проводит активную и последовательную политику, направленную на совершенствование своей деятельности в унификации форм различных статистических и аналитических исследований с целью получения полных и исчерпывающих данных о национальном и международном туризме в планетарном масштабе. ВТО призывает всех своих членов действительных, ассоциированных и членов Бизнес-совета, государства, не являющиеся членами ВТО, к сотрудничеству в вопросах принятых глобальных программ по защите туристов и туристских объектов, среды обитания человека, в оказании помощи в развитии и совершенствовании национального и международного туризма развивающихся стран, установлению делового сотрудничества всех государств мирового сообщества в интересах мира и процветания их народов. В мире около 200 международных туристских организаций всемирного характера. Среди неправительственных специализированных организаций по международному туризму можно назвать:

- Международную Ассоциацию Научных Экспертов по Туризму (АИЕСТ), созданную в 1951 году с целью объединения ведущих учебных, научных, проектных организаций и учреждений мира, занимающихся проблемами туризма, и осуществляющую консультации туристских предприятий, объединений, фирм в области маркетинга и менеджмента.

- Международную Ассоциацию по Социальному Туризму и Отдыху Трудящихся (МАСТОТ, 1968).

Основные задачи МАСТОТ можно свести к оказанию помощи членским организациям в решении социальных проблем, относящихся к организации отпусков, рационального использования свободного времени, туристской работы. Она занимается содействием расширению сотрудничества между государствами на основе двух- и многосторонних отношений и осуществлением контактов между национальными туристскими учреждениями.

Эта организация является специализированным органом ЮНЕСКО, членом административного совета Международного Бюро Социального Туризма (БИТС).

- Всемирную Ассоциацию Туристских Агентств (ВАТА), объединяющую более 250 организаций различных стран мира. ВАТА, принадлежащая к числу международных коммерческих организаций, осуществляет свою деятельность на коммерческих началах и распределяет получаемую прибыль на принципах пула (соглашения).

- Международное Бюро Социального Туризма (БИТС), объединяющее организации, близкие по духу Международной Конференции Свободных Профсоюзов.

Бюро основано в 1936 году по инициативе ряда профсоюзных организаций для создания условий, способствующих участию в международном туризме широких слоев населения. В его составе 11 международных и 90 национальных туристских организаций из более 30 стран мира.

- Еще в 1958 году владельцы курортов организовали Международную Федерацию по курортному делу для решения социальных проблем курортной деятельности и организации курортной помощи инвалидам второй мировой войны. В дальнейшем деятельность этого общества свелась к решению экономики, вопросов «курортной индустрии».

На 10 созванных федерацией международных конгрессах рассматривались проблемы повышения качества бальнеотехнических сооружений, совершенствования методов эксплуатации курортных богатств. Вопросами молодежного туризма занимаются неправительственные международные организации:

- Бюро Путешествий Международного Союза Студентов (БПМСС), созданное еще в 1960 году, активно организует международные поездки студентов с познавательными целями.

Эта организация располагает собственными и арендованными студенческими общежитиями типа «Ювентус» и «Юниор», реализует Международный студенческий билет, введенный в 1949 году и дающий право на скидки.

- Международное Бюро Туризма и Путешествий Молодежи (БИТЕЖ), создано в 1961 году (штаб-квартира – в Будапеште). В БИТЕЖ входят 67 молодежных туристских организаций из более 50 стран. Бюро обслуживает свыше 100 млн. туристов в год. Именно по инициативе БИТЕЖ в Вене в 1975 году прошла Европейская Конференция по молодежному и студенческому туризму и обменам. С 1982 года БИТЕЖ участвует в деятельности ВТО. Обе эти организации, координирующие свою работу с Международной Конференцией по Студенческому Туризму – МКСТ, проводят семинары и акции, связанные с активизацией международного студенческого туризма. Среди других международных туристских организаций можно назвать:

- Международную Ассоциацию Профессиональных Организаторов Конгрессов.
- Всемирную Ассоциацию по Профессиональному Образованию в Туризме.
- Всемирную Федерацию Ассоциаций Туристских Агентств (ФУААВ).
- Международную Федерацию Молодежных Туристских Общежитий (МФМО).
- Международную Федерацию Молодежных Туристских Организаций (ФИИТО).
- Всемирная Федерация Ассоциаций Туристских Агентств (ФУААВ).
- Международный Туристский Альянс (АИТ) – организация общественного содействия

автомобильному туризму.

- Международную Академию по Туризму и многие другие.

Региональными организациями в составе ВТО являются:

- Арабская Туристская Организация (ААТТА).
- Американское Общество Туристских Агентств (АСТА).
- Туристская Ассоциация Тихоокеанского региона (ПАТА).
- Конференция Туристских Агентств Стран Латинской Америки (КОТАЛ).
- Ассоциация Британских Туристских Агентств.
- Европейская Туристская Комиссия (ЕТК).

Наряду с этими международными организациями существуют и многочисленные национальные и региональные организации, важнейшей задачей деятельности которых является содействие развитию международного туризма. Международные организации различаются по статусу, целям, задачам и формам организации. Несмотря на это, все они направляют свои усилия на защиту интересов туристских компаний, предотвращение и разрешение конфликтных ситуаций, выработку единых позиций в отношениях с правительственными учреждениями по туризму, с гостиничными, транспортными, страховыми и другими компаниями и объединениями.

Но самое важное место в их интересах занимают вопросы развития международного туризма и вовлечение в него населения разных стран. Важнейшие документы по туризму, принятые ВТО или с ее участием, ориентируют туристов на контакты, оказывающие содействие настоящему общению, основанному на взаимопонимании и взаимодоволии.

Самые важные: «Манильская Декларация Всемирного Туризма» (1980), «Документ Акапулько» (1981), «Хартия туризма и Кодекса туриста» (1985), «Гаагская Декларация по вопросам туризма» (1989), «Самаркандская Декларация по туризму на Шелковом пути» (1994), «Монреальская Декларация» (1996), «Ташкентская Декларация» (1998), «Глобальный этический кодекс туризма» (1999), «Хивинская Декларация "Туризм и сохранение культурного наследия"» (1999), «Сеульская Декларация "Мир и туризм"» (2001) «Осакская Декларация Тысячелетия» (2001), «Квебекская Декларация по экологическому туризму» (2002).

Туризм имеет многолетнюю историю. Международным сообществом были выработаны принципы и нормы, регулирующие эту сферу, зафиксированные, как в многосторонних и двусторонних договорах государств, так и в решениях международных организаций, в первую очередь – ВТО. Туристическая деятельность в сфере международных отношений, регулируется общими принципами международного права:

- невмешательство во внутренние дела стран;
- добросовестное выполнение договоров;
- суверенное равенство и др.

Среди этих принципов первостепенное значение для регулирования туристической деятельности имеет принцип уважения прав и свобод человека. Однако, предмет правового регулирования всегда требует специального подхода и общие принципы получают детализацию и конкретизацию в так называемых отраслевых, или специальных принципах, выработанных практикой в сфере туризма и сформулированных в ряде документов ВТО.

Начало активизации туристической деятельности положили целый ряд международных форумов, начиная с «Международного Симпозиума по Туризму в следующем десятилетии» (Вашингтон, 1980) и принятия «Манильской Декларации Всемирного Туризма» (1981), подтверждающей требования соблюдения прав человека. Декларация закладывает основу для заключения двусторонних и многосторонних соглашений в целях использования ресурсов всех стран для взаимовыгодного развития туризма. «Документ Акапулько» подтверждает принципы «Манильской Декларации» и добавляет к ним следующие:

- обеспечение права граждан на отдых, досуг, оплачиваемый отпуск и на создание законодательных положений для облегчения доступа к проведению отпусков всеми слоями населения;
- оказание содействия туризму всеми средствами массовой информации;
- включение туризма в программу образования;
- выпуск информационного материала и др.

В «Хартии туризма» («Кодекс туриста» является приложением к Хартии) подтверждаются принципы, провозглашенные в «Манильской Декларации» и «Документе Акапулько». «Хартия» устанавливает основные права и обязанности туристов, конкретизированные в «Кодексе туриста».

В этих документах подчеркивается необходимость толерантных форм общения населения стран пребывания с прибывшими туристами. Важной задачей туризма считается достижение более высокого уровня уважения и доверия между всеми народами.

В «Документе Акапулько» отмечается, что туризм должен оказывать содействие духу справедливости, гармонии и уважения между народами и способствовать познанию мира.

В «Хартии туризма» государствам рекомендуется оказывать содействие контактам посетителей с местным населением с целью улучшения взаимопонимания и взаимообогащения; информированию туристов с целью создания условий для понимания обычаев местного населения в туристических зонах и местах временного пребывания. В «Кодексе туриста» подчеркивается: турист должен быть восприимчивым к культуре местного населения.

Межпарламентская Конференция по Туризму, проведенная в Гааге (Нидерланды, 1989) совместно с Межпарламентским Союзом (МПС) и ВТО по приглашению Межпарламентской Группы Нидерландов, заявляет: интересам всех стран отвечает управление как индивидуальными, так и коллективными туристическими путешествиями. Они вносят вклад в экономическое, социальное и культурное развитие, способствуют созданию атмосферы доверия и взаимопонимания между государствами-членами международного сотрудничества, упрочению мира во всем мире.

Участники конференции считают, что следует учитывать особые проблемы развивающихся стран в сфере туризма, напоминая о Всеобщей Декларации Прав Человека, принятой Генеральной ассамблеей ООН 10 декабря 1948 года.

Статья 24 гласит: «Каждый человек имеет право на отдых и свободное время, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска». Вдохновляемые принципами данных документов, выделяющими гуманный аспект туризма, участники конференции признают новую роль туризма как средства повышения качества жизни всех народов и важнейшего фактора укрепления мира и международного взаимопонимания.

Эти документы определяют круг обязанностей государства по его развитию, особенно в плане повышения информированности народов мира о значении туризма, защиты и приумножения туристических ресурсов, как части человеческого населения, с целью внесения вклада в создание справедливого и отвечающего интересам всех сторон нового международного экономического порядка. Участники конференции напоминают о центральной и решающей роли ВТО в развитии туризма, как это было признано Генеральной Ассамблеей ООН.

Целью является содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религий.

Участники конференции осознают тот факт, что важный вклад в гармоничное развитие туризма может внести деятельность многочисленных межправительственных и неправительственных организаций. В «Заключительном Акте Совещания по Безопасности и Сотрудничеству в Европе» выражено намерение способствовать улучшению условий для развития как индивидуального, так и коллективного туризма, поощрять расширение молодежного туризма путем предоставления соответствующих льгот. Необходимо отметить важность «Итогового документа Венской встречи представителей государств-участниц СБСЕ» (1986), содержащего положения, относящиеся к туристским контактам и обменам. В этом документе подчеркивается обязательство государств приложить все усилия к развитию возможностей для малообеспеченных туристов и молодежного туризма, по разработке программы подготовки кадров.

В Итоговом документе Венской встречи (1989) говорится о необходимости содействия государств в организации туристических поездок, сокращении до минимума времени рассмотрения ходатайств о таких путешествиях, важно уделять серьезное внимание предложениям о заключении соглашений относительно выдачи многократных виз и упрощения туристских формальностей.

Упрощение туристических поездок и путешествий – это всесторонне продуманная и скоординированная политика государства и действия его конкретных правительственных органов. Это национальная туристская администрация по развитию и поощрению туристических поездок, обеспечению туристов социальной и экономической защищенностью, квалифицированной медицинской и иной помощью, охраной их имущества, здоровья, личных прав и достоинства.

Естественно, данная деятельность должна проводиться в тесном контакте с самими туристскими организациями и ассоциациями, без такого постоянного взаимодействия положительного сдвига в сфере туризма быть не может.

Текст Будапештской Конвенции по упрощению туристических путешествий, поездок и пребывания (1989) почти полностью вошел в упомянутую Гаагскую декларацию по туризму.

Были определены основные принципы: «Каждая Договаривающаяся Сторона обязуется упрощать индивидуальные и организованные групповые туристические поездки и пребывания», но вместе с тем там же говорится, что «ни одно из положений Конвенции не может быть истолковано, как препятствующее Договаривающейся Стороне принимать временные меры, если эта Сторона считает необходимыми для сохранения правопорядка и безопасности.

О введении таких временных мер должны незамедлительно быть проинформированы другие Стороны». В области упрощения организации туристических поездок ВТО действует в тесном контакте с Международной Организацией Гражданской Авиации (ИКАО), Всемирной Организацией Здравоохранения (ВОЗ), Международной Морской Организацией (ММО), Советом Таможенного Сотрудничества (СТС) и другими организациями.

Работа Национальной туристской администрации той или иной страны должна проводиться в тесном контакте и взаимодействии со всеми другими заинтересованными министерствами и ведомствами. Принципы, провозглашенные в вышеуказанных многосторонних договорах, признаются обязательными при регулировании отношений в туристской сфере.

Международные нормы, регулирующие туристическую деятельность, содержатся также в документах: «Международная Гостиничная Конвенция» (МГК, 1979) и «Международная Конвенция по Контракту на Путешествие» (1970). «Самаркандская Декларация по Туризму на Шелковом пути» (Узбекистан, 1994) констатировала стремление мирового сообщества к культурному взаимодействию между народами Центральной Азии, которому уделено особое внимание в проекте ЮНЕСКО «Комплексное исследование Шелковых путей – путей диалога».

Под эгидой ВТО и ЮНЕСКО в Ташкенте состоялась встреча специалистов, посвященная проблемам реставрации и возрождения Великого Шелкового Пути.

Большой интерес представляют Шенгенские соглашения ЕС «О едином визовом и туристском пространстве», вступившие в силу в 1995 году и документы II сессии Генеральной Ассамблеи ВТО в Египте (Каир, 1995). С 26 марта 1995 года в семи европейских государствах (Бельгии, Нидерландах, Люксембурге, ФРГ, Франции, Испании и Португалии) вступило в действие Шенгенское соглашение, упраздняющее пограничный контроль на внутренних границах. В ряде случаев с учетом массы дополнений их называют «Шенгенские Соглашения Европейского Союза», хотя в ЕС входят и другие страны – это шире, чем Шенгенская группа стран.

Название данного Соглашения происходит от названия города Шенгена в Великом Герцогстве Люксембурге. Здесь в 1985 году был подписан договор между Нидерландами, Бельгией, ФРГ, Францией и Люксембургом о поэтапной отмене паспортного и таможенного контроля для своих подданных на общих границах. Детально разработан консульский порядок въезда в страны Шенгенской группы лиц, являющихся и не являющихся субъектами права ЕС.

В 1992-97 годах на заседаниях Экономической Комиссии Европейского Совета были заслушаны доклады видных ученых-исследователей сферы туризма:

Р. Вергер («Развитие инновационных форм туристической деятельности», 1992),

Ж. Тригано («Экономические аспекты туристской индустрии», 1994).

Доклад Ж. Сальванеса («Условия современного развития гостиничной отрасли» на заседании Совета экономического и социального развития Франции, 1997). 9-11 июня 1995 года в шведском городе Эстерсунде под эгидой ВТО проведена 1-я Международная Конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.

В конференции приняли участие представители национальных туристских администраций России, США, Великобритании, Франции, ФРГ, Канады, Израиля, Испании, Австрии и еще 20 государств, туристских ассоциаций, исследовательских и учебных заведений туризма и крупных туристических фирм. Официально участвовали представители Интерпола, Европейского Туристского Исследовательского Центра, туристской и авиационной полиции Аргентины, службы безопасности туризма Канады, министерств внутренних дел ряда стран.

На конференции четко прослеживалась мысль том, что в данной сфере основа успеха заключается именно в постоянном взаимодействии туристского сектора, гостиниц и турфирм с соответствующими службами и структурами государства. Основной целью конференции было рассмотрение вопросов безопасности туризма и уменьшения рисков при путешествиях, выработка взаимоприемлемых и согласованных вариантов решения проблем данной сферы.

Также были обсуждены вопросы своевременного и постоянного обмена информацией между странами, национальными туристскими администрациями и другими учреждениями сферы туризма, взаимопомощи и координации, ответственности правительств и государств в устранении проблем на пути развития международного туризма, показана роль средств массовой информации в развитии туризма и повышении его безопасности.

В ходе конференции было отмечено, что безопасность туризма и уменьшение рисков при путешествиях касается широкого спектра вопросов:

- проблем несчастных случаев, болезней, эпидемий, распространение ВИЧ-инфекции;
- терроризма, военных осложнений и переворотов;
- пиратства;
- криминогенных ситуаций и преступности;
- распространения наркотиков;
- радиоактивного и иного заражения местности;
- проституции;
- вандализма и любых форм насилия;
- комплексного рассмотрения всевозможных рисков, относящихся к прибывшим туристам,

местным жителям, турфирмам и индустрии туризма в целом.

Одновременно подчеркнута главная роль в обеспечении безопасности туризма и уменьшении рисков при путешествиях отводится государственным органам и национальным туристским администрациям, обеспечивающими соответствующий уровень взаимодействия и координацию работы со всеми участниками, подписавшими Эстерсундскую декларацию по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.

В 1995 году активизирует свою деятельность Совет Гостиниц, Ресторанов и Образовательных Учреждений, проведя Международную Конференцию на тему «Учебные планы для гостиничного менеджмента в XXI веке». Под эгидой ВТО в марте 1995 года в Кадисе (Испания) состоялся Международный Форум с участием 300 парламентариев из 52 стран мира.

Цель проведения форума – привлечь внимание парламентов, правительств и местных органов власти к основным проблемам туризма. Говоря об ожидаемом туристическом буме и увеличении вдвое туристского потока на предстоящие 20 лет, форум подчеркнул, что функционирование туристических центров и регионов будет зависеть от конкретных усилий, предпринятых государствами, парламентами, местными властями и частным сектором для развития потенциала приема туристов. Форум отметил важную роль государственных структур, принимающих решения и создающих частным турфирмам благоприятные условия, способствующие их развитию.

Государственные власти призваны обеспечивать свободу и безопасность туристических поездок и пребывания; должны установить пограничные, таможенные, медицинские, полицейские и иные регламентирующие формальности, не мешающие развитию международного туризма.

Форум констатировал: «Государство должно отвечать за сферы, имеющие большое значение для туризма, упорядочения туристских формальностей и повышения безопасности путешествий:

- развитие туристской инфраструктуры, особенно транспорта и коммуникаций;
- создание условий для обучения кадров и работников туристских предприятий;
- обеспечение соблюдения экологических норм на туристских объектах;
- защиту прав местных и иностранных туристов-потребителей;
- обеспечение льготного налогового и административного режима для турфирм;
- внедрение экономических и статистических механизмов, которые позволят вести корректное наблюдение и объективный контроль над состоянием и развитием сферы туризма;
- продвижение туризма на международных рынках, выделение средств на рекламно-информационную работу в целях создания образа страны, благоприятной для туризма».

Многие задачи эффективно выполняются национальными туристскими администрациями большинства стран в соответствии с принятым туристским законодательством.

Однако роль и ресурсы, доступные этим государственным ведомствам, недостаточны.

В этой связи Кадисский форум призвал парламенты и правительства государств придать национальным туристским администрациям полномочия и права, соизмеримые с их обязанностями и экономическим значением туристского сектора, повысить внимание к многогранному характеру туризма во всех его аспектах экономическом, социальном и культурном.

Многосекторный характер туризма и его уязвимость перед лицом внешних факторов (безопасность туристов, ущерб окружающей среде, резкие колебания валютных курсов) требуют проведения согласованной, обязательно межведомственной, государственной политики.

Это вызывает необходимость разработки механизмов координации деятельности министерств и ведомств, связанных с Национальной туристской администрацией.

Форум отдельно указал на тот факт, что повышенное внимание к развитию туризма, помимо правительств, должны уделять и национальные парламенты. С удовлетворением отмечена растущая тенденция к созданию специализированных групп и комиссий по туризму в ряде национальных парламентов и в Европейском парламенте. Было высказано пожелание, чтобы парламенты, региональные и местные органы власти в большей степени брали бы на себя задачу обсуждения общей стратегии развития туризма и контроль за ее исполнением, разрабатывали законопроекты, благоприятствующие такому развитию.

В 1996 году была принята Монреальская декларация «К гуманизму и социальному видению туризма», которая заложила основы развития социального туризма во всем мире.

В 1998 году была принята «Ташкентская Декларация», провозгласившая начало перехода от культуры войн к культуре мира. Участники конференции призвали правительства всех стран оказать всемерную поддержку осуществлению международной программы «Культура, духовность и туризм ради культуры мира».

Собравшись в городе-музее Хиве в 1999 году (Узбекистан) на семинар ВТО/ЮНЕСКО по туризму и культуре, организованный в сотрудничестве с Советом Европы, ИКОМОС и Организацией городов мирового наследия (ОГМН), участники приняли Хивинскую Декларацию «Туризм и сохранение культурного наследия». Всероссийская научно-практическая конференция «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития» положила начало созданию системы туристского образования в России (Москва, 2001). Особый вклад в дело мира во всем мире внесла XIV Генеральная Ассамблея ВТО (Республика Корея, 2001), где была принята Сеульская Декларация содействия миру во всем мире на основе туризма «К новому туризму – мир, устойчивость и технология» и «Туризм – инструмент мира и диалога между цивилизациями».

Участники конференции признали вклад туризма в обеспечение мира на Корейском полуострове, в Северо-Восточной Азии и мире в целом. Представители сферы туризма со всего мира, принявшие участие в «Конференции лидеров туризма Тысячелетия» в Осаке (Япония, 2001) в рамках 14-ой сессии Генеральной Ассамблеи ВТО, составили и одобрили «Осакскую Декларацию Тысячелетия», где были подчеркнуты основные направления развития всемирной туристской деятельности. В ней рассматриваются три основных направления.

Во-первых, констатируется факт феноменального за последние 50 лет роста туризма, ставшего одним из ведущих направлений социально-экономической деятельности в XXI веке.

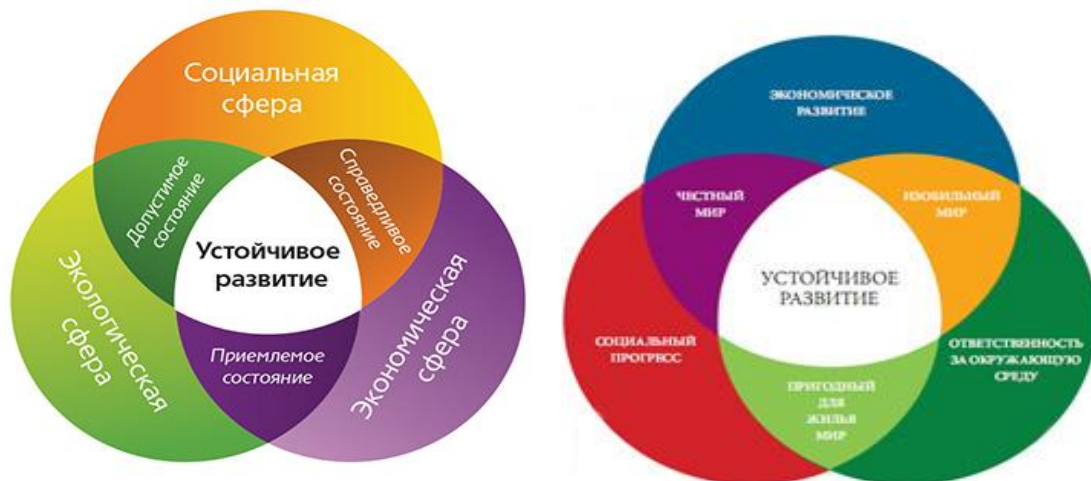
Будучи убежденными в том, что развитие туризма на основе принципов устойчивости является единственным способом эффективного разрешения экологических проблем при одновременном создании рабочих мест и обеспечении экономического роста, представители форума признают, что туризм обладает большим потенциалом для улучшения культурных и природных ресурсов. Туризм стал мощным союзником в борьбе с бедностью, ведущим сектором экономики большинства развивающихся стран. Для многих из них туризм является одной из немногих возможностей экономического развития, роста и формирования доходов трудящихся.

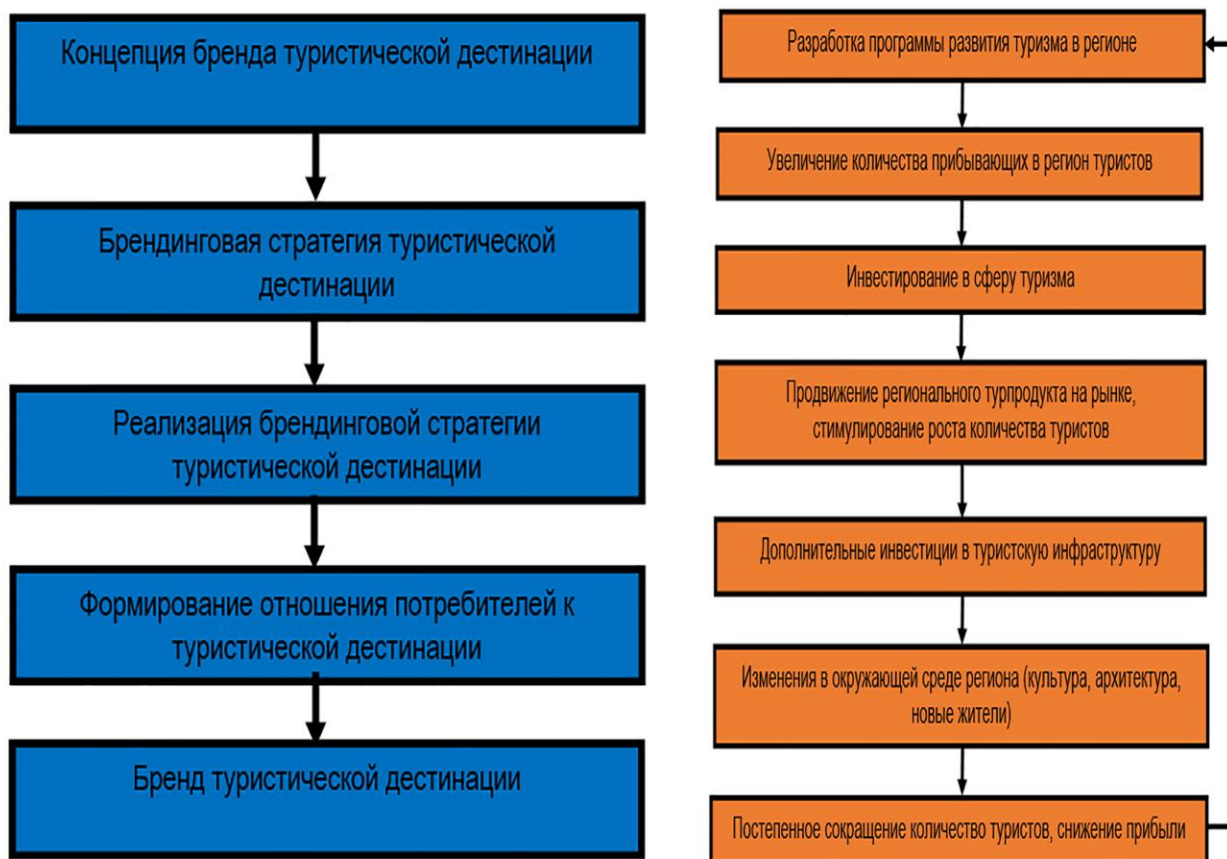
Во-вторых, для сохранения природного и культурного наследия на основе туризма делом первостепенной важности является сотрудничество и участие местных сообществ в планировании и развитии туристических центров и услуг, с помощью которых можно развивать устойчивый туризм. *В-третьих*, туризм и информационные технологии требуют значительных инвестиций для создания комплексной базы данных. Государственные ведомства, национальные туристские администрации в тесном сотрудничестве с частным сектором, региональными и местными властями, должны играть активную роль в создании или организации баз данных в качестве открытой инфраструктуры для туристского электронного бизнеса.

Термин «устойчивое развитие» впервые был использован в 1980 году в документе под названием «Всемирная стратегия охраны природы», разработанном Программой ООН по окружающей среде (ЮНЕП), Международным Союзом Охраны Природы и Всемирным Фондом Охраны Природы.

В 1987 году Всемирная комиссия по окружающей среде и развитию подготовила доклад «Наше общее будущее». В нем устойчивое развитие определяется как развитие, которое удовлетворяет потребности нынешних поколений, сохраняя ресурсы для будущих поколений.

Главная цель устойчивого развития – улучшение качества жизни людей без нарушения устойчивости экосистем. Устойчивая экономика не разрушает основные природные ресурсы, развивается путем приспособления к окружающей среде, использует новейшие научные разработки и технические усовершенствования. Главная цель устойчивого развития – улучшение качества жизни людей без нарушения устойчивости экосистем.





Устойчивая экономика не разрушает основные природные ресурсы, развивается путем приспособления к окружающей среде, использует новейшие научные разработки и технические усовершенствования. Ключевыми причинами ухудшения состояния окружающей среды в докладе комиссии были названы – избыточное потребление в развитых государствах и бедность в развивающихся.

В июне 1992 года Генеральная Ассамблея ООН созвала в Рио-де-Жанейро (Бразилия) Конференцию по охране окружающей среды и развитию (официальное название «Встреча на высшем уровне по проблемам Земли» или «Рио-92»). В ней приняли участие представителей 178 стран, из них более 100 глав государств и правительств.

На встрече был подписан ряд основополагающих конвенций и документов – по изменению климата, сохранению биоразнообразия, сохранению лесов. Главным результатом стало принятие «Повестки дня на XXI век» – беспрецедентного по своим масштабам глобального плана действий по обеспечению устойчивого развития. Он включал более 2,500 рекомендаций, – по охране атмосферы, океанов и биоразнообразия, поощрению устойчивого сельскохозяйственного развития и сокращению расточительного потребления, по таким проблемам, как бедность, демографическая напряженность, структура международной экономики.

Дополняла этот план декларация из 27 принципов, определивших права и обязанности стран по обеспечению развития и благосостояния людей. Тогда же была достигнута договоренность о выделении промышленно развитыми государствами ежегодной помощи на нужды развития в размере 0,7% от их ВВП (без четких сроков – «так скоро, как это будет возможно»).

Для поддержки проведения в жизнь «Повестки дня на XXI век» в рамках ООН были созданы Комиссия и Межведомственный Комитет по устойчивому развитию.

В 1997 году, через пять лет после «Рио-92», в Нью-Йорке была созвана специальная сессия ГА ООН по проблемам экологии и устойчивого развития, посвященная претворению в жизнь «Повестки дня на XXI век». Она вошла в историю как «Встреча на высшем уровне по проблемам Земли» или «Рио+5».

Представители 165 стран (50 глав государств и правительств), согласились с выводами доклада ЮНЕП, где указано, что «глобальная экологическая ситуация продолжает ухудшаться, проблемы окружающей среды по-прежнему вплетены в социально-экономическую структуру стран во всех регионах». На встрече обозначились противоречия между странами, в основном, по вопросу о финансировании развития. 6-8 сентября 2000 года на встрече глав государств и правительств стран-членов ООН в Нью-Йорке («Саммит тысячелетия»; присутствовали лидеры 150 стран) были согласованы **8 целей** развития тысячелетия, к достижению которых договорились стремиться все государства-члены ООН – сокращение масштабов крайней нищеты, обеспечение экологической устойчивости и расширение всемирного сотрудничества с целью развития.

В рамках Международного года экологического туризма, объявленного ООН (2002), под эгидой Программы ООН по охране окружающей среды (ЮНЕП) и ВТО, (Канада, 2002) при поддержке Управления по туризму Квебека и Канадской Туристской Комиссии был проведен «Всемирный Саммит по Экологическому Туризму» с 132 странами-участниками, внесшему весомый вклад в решение экологических проблем. В деле активизации экологического образования и воспитания участники Саммита сделали ряд практических шагов:

- признали культурное разнообразие природных территорий благодаря историческому присутствию местных и коренных сообществ;
- поддержали дальнейшую реализацию на практике международных принципов, рекомендаций и этических кодексов для устойчивого туризма;
- содействовали разработке учебных программ для детей и молодежи в целях повышения их информированности об охране природы и ее устойчивом использовании, местных культурах и их связи с экологическим туризмом.

5 октября 2002 года в Санкт-Петербурге (Россия) состоялся Семинар по теме «Будущее культурного туризма». Туризм – инструмент обеспечения благосостояния в Африке, устойчивого развития и борьбы с нищетой – был одной из основных тем, обсуждавшихся на «Конференции по Туризму, Миру и Устойчивому Развитию» (Луанда, 2003). ВТО призвала ЕС поддержать проект «Устойчивый туризм как средство искоренения бедности».

Проведение Конференции с 17 по 24 октября 2003 года в Пекине (Китай) Генеральной Ассамблеи ВТО отражало намерение этой страны стать одним из лидеров мирового туризма.

Практический Семинар по теме «Тенденции и методики развития мирового туризма» в Ереване (Армения, 2003) подвел итоги основным мероприятиям туристической деятельности года. ВТО настоятельно призвала ЕС отразить значение туризма в Европейской Конституции, разработка которой предшествовала вступлению в 2004 году 10 новых стран-членов.

Общими принципами международного туризма являются: признание равных прав народов в определении своей судьбы; сохранение самобытности культур и уважение моральных ценностей народов; право человека на уважение своего достоинства и индивидуальности.

Указанные принципы, пронизанные духом гуманизма и демократизма, находят подтверждение в практике международного туризма. Совместная программа ВТО под названием «Устойчивый туризм – залог искоренения нищеты» (STEP) направлена на решение двух взаимосвязанных задач: устойчивое развитие туризма и искоренение нищеты с целью повышения их потенциальной взаимозависимости и усиление роли в устойчивом развитии наименее развитых и развивающихся стран. Программа STEP была одобрена на Всемирном Саммите по Устойчивому Туризму в Йоханнесбурге в августе 2002 года.

Институт Ответственного Туризма (ИОТ) является независимой организацией. Его цель – реализация действий и программ по устойчивому развитию в индустрии туризма.

ИОТ следует рекомендациям Конференции ООН по защите окружающей среды и развития (Рио-де-Жанейро, 1992) и руководящим принципам различных программ ВТО и ЮНЕСКО в области устойчивого развития и охраны культурного и природного наследия.

Институт создал и развил Ответственную туристическую систему (STR), которая признана под брендом BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM. Эта сертификация отвечает за установление критериев устойчивого поведения в международном туристическом бизнесе.

Поэтому STR содействует развитию устойчивой туристической деятельности.

В настоящее время ИОТ поддерживает соглашение о сотрудничестве с ЮНЕСКО и является членом ЮНВТО. ИОТ также является членом Глобального Совета по Устойчивому Туризму (GSTC), и получила несколько премий, таких как «Global Awards – Спорт и туризм», «Европейскую премию по окружающей среде», специальное упоминание в «Green Wood Award за экологическую ответственность» (2005), «Международную награду за окружающую среду и устойчивое развитие», выпущенную TUI AG.

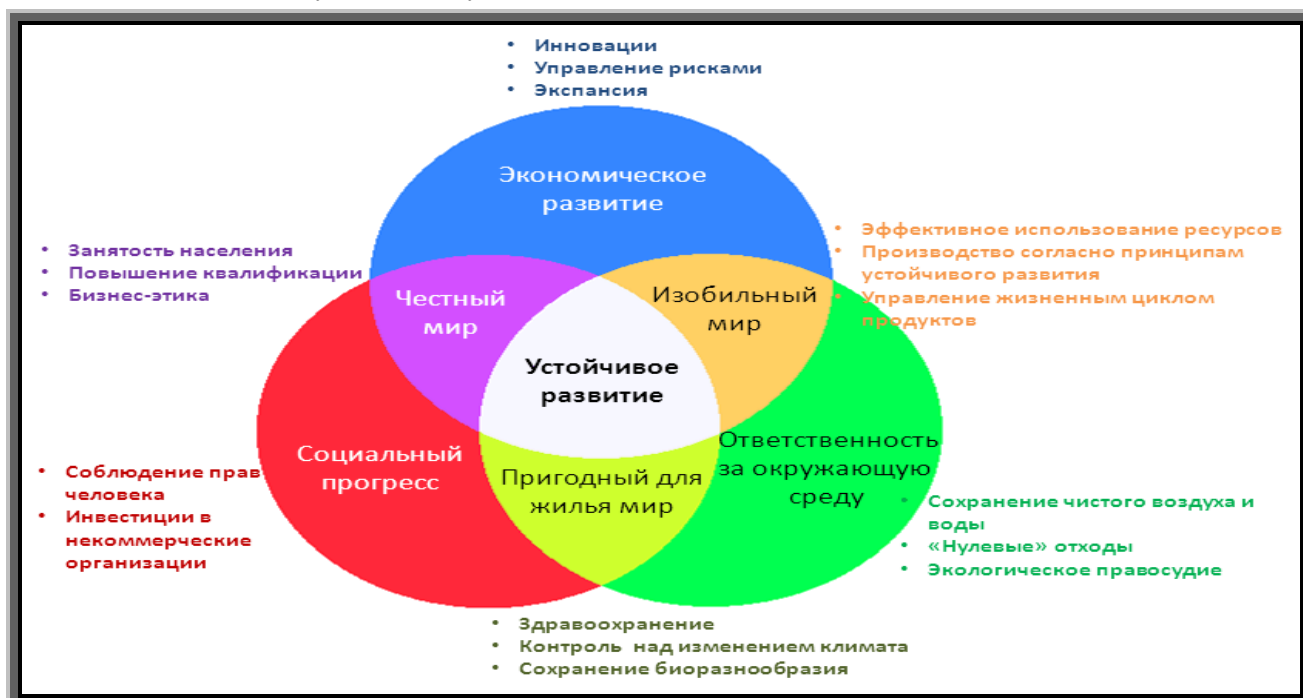
Степень воздействия туризма на страну, отдельный регион или какой-либо туристический центр сводятся, в основном, к трем факторам устойчивого развития туризма:

- экологический, обеспечивающий совместимость развития с поддержанием основных экологических процессов, биологического разнообразия и биологических ресурсов;
- социально-культурный, благодаря развитию которого люди могут лучше планировать свою жизнь, он совместим с культурой и ценностями людей, на которых воздействует развитие, а также сохраняет и укрепляет самосознание местного населения туристских рекреаций;
- экономический обеспечивает экономическую эффективность развития и управления ресурсами таким образом, чтобы они могли обеспечивать будущие поколения.

Устойчивый туризм определяется как образцовая форма экономического развития, целями которой являются:

- улучшение качества жизни принимающего населения;
- обеспечение высокого уровня впечатлений у посетителя;
- поддержание качества окружающей среды, от чего зависят как принимающее население, так и посетители.

Международный туризм занял в современном мире лидирующее положение в большинстве государств мирового сообщества. Он развивается более быстрыми темпами, нежели другие отрасли народного хозяйства. В связи с этим, на рынке труда появились дополнительные рабочие места, расширяется инфраструктура международного туризма, значительно возросли доходы организаторов туристских путешествий.



Благодаря развитию международного туризма появилась возможность уделить внимание отсталым регионам, экономика которых, отрезанная от цивилизованного мира, нуждается в дотациях.

Международный туризм по изначальному предназначению предполагает необходимость контактов посетителей (туристов) и местных жителей, проживающих на территориях, через которые проходят маршруты национальных и международных туристов. Вполне допустимо, что подобные контакты могут привести к серьезным социально-культурным последствиям.

Оценка последствий воздействия, которое международный туризм может оказать на образ жизни и культуру местного населения, зависит от масштабов и интенсивности туристских потоков, конкретных социально-культурных характеристик местного населения.

Это исключительно деликатный вопрос, требующий отдельного изучения и такта.

С учетом особенностей каждого региона подготавливается программа туристского путешествия иностранных туристов, обеспечивающая плановое вхождение в туристскую среду и сводившая до минимума возможный ущерб принимающей стороне и ее культуре.

Известно, что ущерб окружающей среде прямо пропорционален увеличению объемов национального и международного туризма. Проблема так называемой «излишней концентрации» в популярных туристских рекреациях уже сегодня вызывает озабоченность во многих странах мирового сообщества. Она становится все более серьезной, планетарной проблемой.

Довольно хрупкие природные экосистемы могут серьезно пострадать от чрезмерного, «дикого» наплыва туристов. В связи с этим необходимость планирования пропускной способности отдельных уникальных регионов, территории которых ограничены или которые не в состоянии принимать большое количество туристов, приобретает исключительное значение.

Решить эту проблему возможно при условии объединения усилий и финансирования всех заинтересованных государств мирового сообщества и, прежде всего, государств-членов ВТО. Ключевой проблемой, в которой отражаются все отрицательные факторы воздействия на окружающую среду человеческой цивилизации, является поглощающая способность экономики по отношению к туризму. Это касается не столько физических способностей определенного естественного или искусственного объекта принять определенное количество туристов.

Речь идет о потенциальной возможности района обеспечить необходимую туристскую инфраструктуру и объекты, которые были бы способны удовлетворить туристский спрос как национальных, так и иностранных туристов. Практика свидетельствует, что определенные ограничения могут быть вызваны недостатком квалифицированного персонала, капитала, свободных земельных участков для строительства объектов туристской инфраструктуры, скудостью природных ресурсов, достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов.

В развитии туристической индустрии чрезвычайно важной задачей становится четкая ориентация планирующих органов в контексте разрешенных категорий и стандартов строительства туристской инфраструктуры в данном конкретном районе.

Международный туризм, особенно в последнее десятилетие испытывает значительные трудности в связи с увеличивающимися потоками национальных и международных туристов в традиционно популярные рекреации из-за отсутствия необходимой информации об уникальных туристских пространствах, ожидающих многонациональных любителей путешествовать.

Необходимо направить многочисленные потоки национальных и иностранных туристов по другим, нетрадиционным, туристским маршрутам. Для этого надо:

- организовать работу и провести научные исследования с целью установления пропускной способности уникальных туристских рекреаций государств, мирового сообщества, учитывающие политические, экономические, социально-культурные и экологические особенности;
- обеспечить соответствующие дивиденды на целевые капиталовложения для приема и обслуживания установленного туристского потока;

- установить оправданные ограничения для туристских потоков, с учетом определенных научно-обоснованных максимальных показателей.

Для реализации такого рода мероприятий возникает необходимость в разработке и внедрении в практику соответствующего механизма контроля, который мог бы включать:

- пограничный контроль на границе напряженного региона;
- валютный контроль на границе;
- заранее объявленное установление лимита на возможные валютные расходы в районе туристского интереса путешествующих иностранных туристов;
- установление платы за определенные виды услуг (проезд по приватным дорогам);
- ограничение в продаже билетов на различные виды транспорта.

Это минимум того, что может быть включено в механизм контроля, в упорядочение направлений туристских потоков национальных и международных туристов.

Каждая страна с учетом специфики туристских рекреаций будет разрабатывать необходимый для нее механизм контроля. В практике туристического бизнеса разработана и активно действует система лицензирования международной туристической деятельности, аттестации, сертификации объектов туристской инфраструктуры в законодательном порядке внедряемая в туристический бизнес. Это заметно повысило сервис и качество предоставляемых услуг туристам, способствовало выводу «из игры» недобросовестных туристских операторов, стимулировало благоприятное развитие туризма. Особой заботой туристских администраций всех уровней должна стать обязательная периодическая (пере)аттестация персонала, обслуживающего национальных и иностранных туристов, проверка их квалификации и соответствия занимаемых ими должностей в служебной иерархии конкретного туристского объекта. Гиды-переводчики должны отвечать минимальным требованиям, связанным со знанием туристского продукта и объемом предоставляемых туристам услуг, техникой общения, адаптацией в новой среде, импонирующей менталитету каждого участника группы на маршруте.

В отношении таких форм туристских путешествий национальных и иностранных туристов, как походы, гиды-переводчики и сопровождающие (проводники) должны владеть навыками оказания первой медицинской помощи. Практика мирового туризма подтверждает, что ни одна страна не в состоянии обеспечить успешного развития сферы национального и международного туризма без активного и постоянного сотрудничества между разработчиками-администраторами необходимых правовых актов и профессионалами-практиками туристского бизнеса.

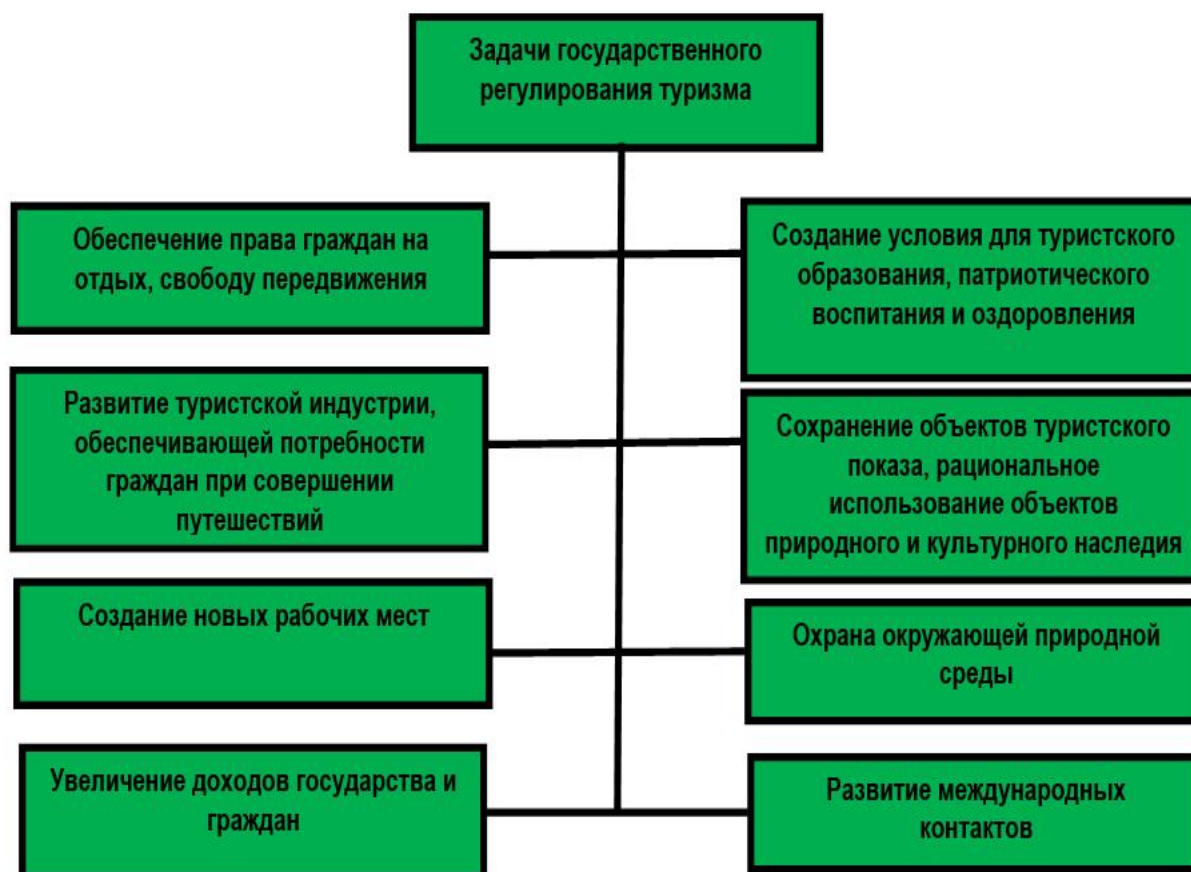
Сотрудничество является обязательным условием. Подготовка нормативных актов по развитию и регулированию туристской деятельности, осуществляемая без предварительного научного анализа и без привлечения профессионалов в сфере туризма, показала, что это бесперспективный путь. Государственный и частный сектора находятся в постоянной зависимости друг от друга и только при активной и добросовестной поддержке один другого способны и могут добиться своих уставных целей. Происходит слияние интересов государственного и частного секторов национального и международного туризма. В конечном итоге выигрывает как государство, так и частный предприниматель, увеличивая, принимая и обслуживая иностранных туристов, внутренний национальный доход в свободно конвертируемой валюте.

В 2015 году в Марбелья, Испания, состоялся III ИнтерЭкоФорум. Тема форума «Устойчивое сельское хозяйство – международные перспективы развития» очень актуальна на сегодняшний день для всех стран-участниц. IV ИнтерЭкоФорум «Устойчивое развитие сельского хозяйства на базе современных инновационных технологий» в 2015 года в Санкт-Петербурге.

В 2017 в Марбелье (Испания) состоялся V международный Интерэкофорум. Участники форума обсудили проблемы обеспечения устойчивого развития, существующие возможности конструктивного взаимодействия между организациями разных стран в рамках таких направлений, как оздоровительный, экологический, образовательный и гастрономический туризм.

Функции и методы государственного регулирования туризма

Функции	Методы
Общая организация и правовая регламентация туристской деятельности	введение единых понятий, определений; процедура заключения сделок, договоров; получение виз; порядок прохождения границы и провоза товара
Планирование развития туризма	разработка общих стратегий и концепций развития туризма; регулирование пространственного размещения объектов туризма; планирование развития инфраструктуры
Регулирование отдельных видов деятельности	лицензирование, стандартизация, сертификация
Обеспечение безопасности туризма	лицензирование, стандартизация, сертификация, издание памяток туриста, страхование
Кадровое обеспечение туризма	создание стандартных государственных программ для системы непрерывной подготовки кадров для сферы туризма; содействие организации повышения квалификации работников туристических предприятий
Обеспечение научных исследований туристского рынка	маркетинговые исследования на туррынке; создание национальных центров изучения туризма; информационное обеспечение турпредприятий
Поддержка внешнеэкономической деятельности турфирм	создание представительств и филиалов за границей; заключение международных договоров; участие в разрешении конфликтов; реклама национальных турпродуктов
Обеспечения охраны окружающей среды и исторических памятников	создание правил, законов, условий экономического стимулирования по охране и восстановлению природных ресурсов, реставрации исторических памятников; распределение туристской ренты; финансирование учреждений культуры
Создания благоприятного имиджа страны, региона	маркетинг, реклама, информационно-аналитическая пропаганда (издание карт, видеофильмов); налогообложение, инвестирование
Контроль и надзор	текущий контроль, аудит, мониторинг международной конкурентоспособности национальных туристских продуктов



VI InterEcoForum зарекомендовал себя как место встречи, в котором принимают участие лидеры, инвесторы, руководители компаний и профессионалов из энергетического сектора разных стран. Это уникальная возможность узнать из первых уст о последних достижениях в энергетическом секторе и устойчивом развитии, о различных аспектах цифровой экономики и блокчейн технологиях, инвестиционных возможностях, провести непосредственные переговоры и встречи с новыми партнерами и потенциальными инвесторами.



Международная Конференция ЮНВТО по кочевническому туризму и устойчивому развитию городов на Шелковом пути – мероприятие, совместно организованное ЮНВТО, Министерством окружающей среды и туризма Монголии и Всемирным Союзом Научного Развития Городов прошла в Улан-Баторе, Монголия, в 2016 году. Конференция рассмотрела потенциал инициатив, направленных на кочевнический туризм.

Страны-члены Шелкового Пути пришли к согласию, что Шелковый путь представляет возможности для развития и экономического роста только при условии совместного сотрудничества в трех направлениях деятельности: маркетинг и продвижение; наращивание потенциала и управление дестинациями; облегчение путешествий.



Бакинский процесс был запущен в 2008 году по инициативе президента Азербайджанской Республики с целью создания эффективного межкультурного и межцивилизационного диалога.

В основе выдвигания такого глобального процесса стоит фактор разнообразия религиозных общин, этнических групп, культурное многообразие сложившееся исторически на территории Республики. В рамках «Бакинского процесса» на конференции министров культур государств-членов Совета Европы, проходившей впервые в Баку в 2008 году на тему «Межкультурный диалог – основа мира и устойчивого развития Европы и соседних регионов» впервые по инициативе Азербайджана с участием 10-ти исламских государств была заложена основа для нового формата сотрудничества. С участием исламских государств конференция министров культуры приобрела новый формат. На конференции по содействию межкультурному диалогу приняли участие высокопоставленные представители из 48 стран.

По итогам конференции была принята «Бакинская Декларация». Документ является новым обращением, призывающим мир к расширению межкультурного диалога.

С целью развития «Бакинского Процесса» в 2009 году в Баку была проведена VI Конференция министров культуры исламских стран, в которой приняли участие представители 10 Европейских стран. В рамках Конференции между государствами-членами Совета Европы странами-членами Организации Исламской Конференции было принято совместное коммюнике «Бакинский процесс – новый призыв к диалогу между цивилизациями».

В 2010 году на 65-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН Президент Азербайджана выступил с заявлением о проведении Форума Всемирного Межкультурного Диалога.

«Бакинский процесс» вышел за пределы регионального контекста и превратился в глобальное движение.

I Всемирный Форум Межкультурного Диалога в Баку был проведен в 2011 году.

Участники форума обсудили вопросы межкультурного диалога в различных аспектах по концептуальным основам, управлению и политике. В 2013 году в Баку был проведен II Всемирный Форум Межкультурного Диалога под девизом «Жить вместе в условиях мира в мультикультурном мире». 21 мая был объявлен Всемирным Днем культурного разнообразия.

В Баку в 2015 году был проведен III Всемирный Форум Межкультурного Диалога.

«Культура и устойчивое развитие в повестке развития на период после 2015 года».

Форум проходит под девизом «Поделится культурами для совместной безопасности».

В работе Форума принимали участие представители 500 стран. Обретенные на IV Всемирном форуме межкультурного диалога опыт и новые идеи должны широко применяться в обществах. Он проходил под девизом «Развитие межкультурного диалога: новые возможности для безопасности человека, мира и устойчивого развития».

В работе Форума приняли участие более 1500 человек из 120 стран.

Известные политики, государственные деятели, ученые обсудили на форуме тенденции развития межкультурного диалога, вопросы защиты общечеловеческих ценностей на фоне современных глобальных вызовов, борьбы с терроризмом и экстремизмом.

Альянс Цивилизаций – инициатива, предложенная премьер-министром Испании Хосе Луисом Родригесом Сапатеро в 2004 году на 59-й ГА ООН, и поддержанная премьер-министром Турции Р. Т. Эрдоганом. Цель инициативы – активизация международных действий против экстремизма посредством налаживания межнационального, межкультурного и межрелигиозного диалога и взаимодействия. Альянс обращает особое внимание на уменьшение трений между западным и исламским мирами. Взаимное недоверие, страх и непонимание между исламским и западным обществами увеличивались с начала нового тысячелетия. Повысившаяся нестабильность сосуществования этих групп людей с разными мировоззрениями используется экстремистами по всему миру. Крайняя форма этого – жестокие акты терроризма.

По мнению многих политических лидеров, должны быть предприняты усилия для нахождения общих черт между разными этническими и религиозными группами, на основе толерантности, понимания и уважении фундаментальных ценностей и моральных устоев каждой группы.

В попытке подавить экстремизм может быть создана всеобщая коалиция для достижения мирного сосуществования различных сообществ во всем мире, и, таким образом, поддержки международной стабильности. I Форум Альянса цивилизаций был проведен в 2008 году в Мадриде. Его посетили более 900 участников от 89 официальных делегаций из 78 стран.

Результатами стали инициативы, касающиеся медийных, образовательных и других программ для продвижения целей АЦ в разных странах, подписание Меморандума понимания с ЮНЕСКО, Лигой арабских государств, Исламской Организацией По Вопросам Образования, Науки И Культуры (ИСЕСКО), Арабской Организацией По Образованию, Культуре И Науке (АЛЕКСО) и «Объединенные Города и Местные Правительства» (UCLG).

II форум Альянса прошёл в 2009 году в Стамбуле и показал – форумы Альянса стали

- платформой для расширения межцивилизационного диалога;
- площадкой достижения компромиссных решений в ходе открытого обмена мнениями;
- местом, где продвигаются идеи межцивилизационного сотрудничества.

Положительный эффект Стамбульского Форума позволил участникам Альянса провести следующие глобальные встречи: в 2010 году в Рио-де-Жанейро, 2011 году в Катаре и 2012 году в Вене. Обеспечить мир возможно только при условии широкого межкультурного и межрелигиозного диалога. Такой вывод содержится в итоговых документах завершившегося в Рио-де-Жанейро III Форума Альянса Цивилизаций. Его особенностью стало пристальное внимание к молодежным программам. В работе Форума в Рио-де-Жанейро приняли участие около 7000 делегатов из 100 стран мира. В 2011 году в Катаре прошел IV форум Альянса Цивилизаций.

Для участия в Форуме прибыло более 2000 участников. Они обсудили пути укрепления взаимного уважения между людьми, принадлежащими к различным культурам и религиозным традициям, преодоления предрассудков и укрепления прочного мира.

Пан Ги Мун заявил, что для формирования лучшего будущего необходимо добавиться улучшения положения молодежи и женщин, предотвращать конфликты и насилие, добиваться построения безопасного мира, оказывать помощь странам в переходный период.

В V Глобальном форуме Альянса цивилизаций ООН в 2013 году в Вене, который был посвящен теме «Ответственное лидерство в разнообразии и диалоге».

Там было сказано, что сообщества должны поощрять инициативы по межкультурному и межрелигиозному диалогу, которые помогут предотвратить злоупотребление религией и будут содействовать формированию культуры терпимости, миру и примирению.

VI Всемирный Форум Альянса Цивилизаций ООН проходил в 2013 году на острове Бали (Индонезия). Тема Форума – «Единство в многообразии: отмечая многообразие для общих и совместных ценностей». В рамках форума обсуждались вопросы межрелигиозного и межкультурного диалога, увеличения вклада молодежи в укрепление мира, участия мигрантов в развитии обществ, роли женщин в сближении разных культур.

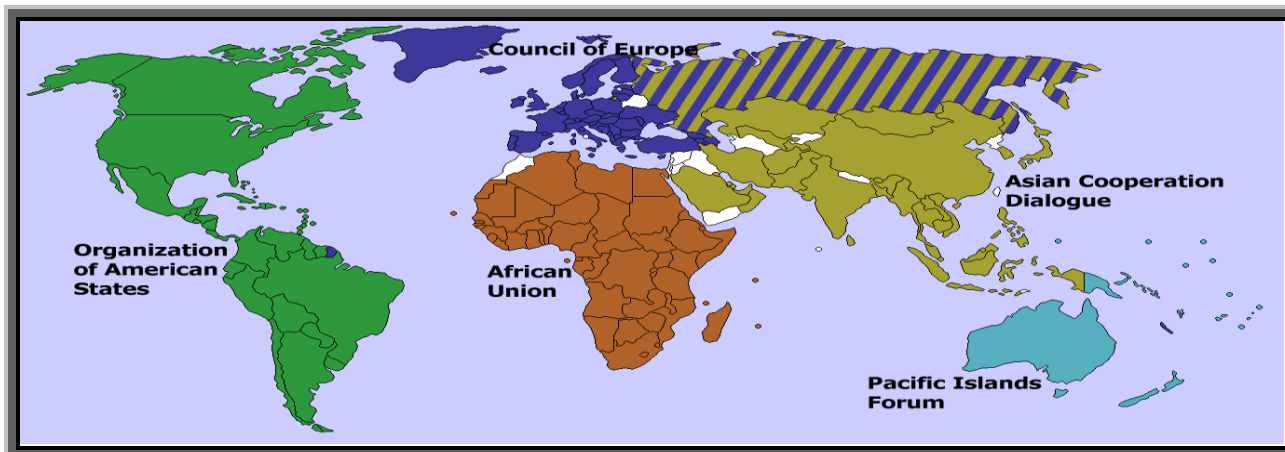
По итогам мероприятия принята Балийская Декларация Альянса Цивилизаций.

В мероприятии принимали участие более 100 делегаций. Общее количество участников – более 1300 человек. На Форуме рассматривались следующие вопросы:

- использование межрелигиозных и межкультурных подходов в продвижении интересов посредничества в регионах, пострадавших от конфликтов;
- роль культуры в постановке новых целей устойчивого развития;
- создание взаимопонимания посредством спорта, искусства, музыки и развлечений;
- участие молодого поколения в укреплении мира;
- роль женщин во взаимопонимании между культурами;
- медиадIALOG; использование позитивного влияния социальных сетей.

VII Глобальный Форум Альянса Цивилизаций ООН состоялся в 2014 году в Баку, что дало хорошую возможность для поощрения взаимопонимания, уважения и терпимости.

Сообщества должны опираться на вклад Альянса в дело мира, и в рамках строго правозащитного подхода поощрять уважение к культурному многообразию, содействовать межкультурному диалогу, предотвращать конфликты и защищать права социально уязвимых групп населения.



Проанализированные международные, государственные и общественные требования к сфере туризма оказывают непосредственное влияние на формирование и усовершенствование национальных систем туристского образования. ВТО играет ведущую роль в туристском образовании, которым занимается Отдел Развития Трудовых Ресурсов (ОРТР). Этот орган координирует работу Совета по Вопросам Образования при ВТО, а также фонда ВТО «Фемида» с целью повышения конкурентоспособности и устойчивого развития туризма в странах-членах ВТО путем совершенствования туристского образования.

В Совет по Вопросам Образования при ВТО (100 организаций) входят ведущие учреждения сферы туристского образования, профессионального обучения и исследований, школ бизнеса из всех регионов мира, получивших сертификат ВТО ТОК (Туризм – Образование – Качество). Совет является активным органом по вопросам разработки политической стратегии ВТО.

Задачи Совета:

- вносить вклад в глобальную стратегию ВТО в сфере туристского образования;
- обучать новейшим технологиям и вести исследования в сфере образования в туризме;
- представлять и поддерживать точки зрения заинтересованных научных кругов;
- проводить встречи для обсуждения вопросов образования в туризме на местном, региональном и глобальном уровнях.

Членами Совета могут стать академические учреждения стран-членов ВТО с программами обучения и исследования в туризме по таким категориям:

- **Учреждения Совета Образования ВТО:** Учреждения с образованием и программами обучения в сфере туризма, включая университеты, Высшие Школы и Школы бизнеса в туризме и гостиничной отрасли.

- **Консультативные Члены:** Учреждения с университетским уровнем постоянного академического исследования:

- **Сеть академических научных учебных учреждений**, занимающихся разработкой специальных программ по вопросам образования и подготовки специалистов в сфере туризма.

- **Сеть учебных академических ассоциаций** – общественных, некоммерческих организаций либо федеративных педагогических учреждений, имеющих образовательные программы по туризму.

ВТО осуществляет разработку и внедрение всех своих программ по всему миру под девизом «Туризм – Образование – Качество», проводя сертификацию этих программ.

Большое значение имеет комплексная программа для контроля стандарта учебных программ и уровня знаний в туристских профессиях (GTAT).

Во взаимодействии, взаимовлиянии и взаимообогащении культур важную роль играют туристские организации, содействующие непосредственным контактам представителей культуры разных стран мира: Международная Академия Туризма, Международная Ассоциация Научных Экспертов в Туризме, Международная Федерация Журналистов и Писателей по Туризму.

Международная Академия Туризма (1951) считает своей целью пропаганду и защиту культурных ценностей международного туризма, сохранение и развитие его гуманистической направленности. Академия готовит информационные материалы, осуществляет исследования, издает журнал, где печатаются статьи по вопросам культуры и туризма, и оказывает содействие взаимодействию, взаимовлиянию и взаимообогащению культур.

В этом же направлении действует и **Международная Ассоциация научных экспертов в области туризма** (1951). Ее цель состоит в развитии научных связей, обмене опытом, поддержке научных институтов, сотрудничестве в организации и проведении международных конгрессов. В данной Ассоциации 47 стран: Австралия, Австрия, Великобритания, Египет, Индия, Гондурас, Венесуэла и другие страны мира. Эти организации стимулируют деловой и научный туризм, который предусматривает знакомство с научно-культурными достижениями стран.

Большое значение для поддержания культурных контактов и осуществления тесной связи между народами имеет деятельность ЮНЕСКО.

С ее помощью международные туристские организации провели ряд международных конференций по разным вопросам развития общества и культуры.

В январе 2000 года в Мадриде во время международной туристской выставки ВТО провела семинар по проблемам подготовки кадров в сфере туризма. Открывая семинар, Генеральный секретарь ВТО указал, что «туризм в XXI веке потребует большей эффективности в работе и профессионализма, что можно достичь только существенным повышением качества образования в туризме. Необходимо качественное улучшение подготовки и образования каждого туристского работника, начиная с посыльного в гостинице и продавца авиабилетов и кончая высшими должностными лицами в Национальной туристской администрации страны».

Семинар стал дальнейшим развитием проведенной ВТО в 1996 году в Мадриде Международной Конференции на тему «Кадровый капитал в туристической индустрии XXI века» и подтвердил сделанные ранее выводы и рекомендации:

- всем заинтересованным организациям уделять приоритетное внимание развитию кадровых ресурсов;
- образование и подготовка кадров – фундамент развития туристских профессий;
- новые парадигмы образования и подготовки кадров в сфере туризма, должны отвечать постоянно меняющимся требованиям его рыночной среды;
- разрабатывать единые стандарты, правила сертификации и аккредитации для укрепления существующих учебных программ и создания новых систем образования и подготовки кадров;
- интегрировать новые технологии и информационные системы в сферу образования и подготовки туристских кадров, формирование общей готовности населения к туризму и путешествиям;
- осознать важность повышения качества подготовки и профессионализма как существенных характеристик образования и обслуживания в туризме.

ВТО после проведения анализа и изучения обстановки в различных регионах мира сделала вывод, что в сфере подготовки кадров для индустрии туризма имеются, помимо массы недоработок, значительные резервы для ее совершенствования. Даже в странах с развитой экономикой, где туризм – давно освоенная сфера приложения капитала и предпринимательства, существуют определенные трудности в плане подготовки квалифицированного персонала.

Это связано с недостаточной проработкой международных правовых основ организации международного сотрудничества, а также с отсутствием единых взглядов в области определения основополагающих терминов и понятий, проблемами, возникающими при сборе статистических данных, и разными подходами к системам подготовки кадров.

Также было отмечено: «Несмотря на то, что вузы стараются дать сегодня все больше профессиональной направленности в подготовке специалистов, это обучение носит все еще академический, а не прикладной характер, оно приспособлено к общественным организациям и освоению территории, чем к реальному предпринимательству в сфере туризма».

На заседаниях Комитета ВТО по качеству туристского обслуживания рассматриваются подходы к разработке мер по безопасности и защите туристов, заслушиваются доклады о необходимости иметь туристскую полицию в крупных туристских центрах той или иной страны на основе уже имеющегося опыта других государств в этом направлении.

По определению **Всемирного Совета Туризма и Путешествий** современный туризм в его экономическом аспекте характеризуется как крупнейшая индустрия мира (\$3,5 трил. оборотного капитала), главный налогоплательщик, самая динамичная область мировой экономики; разветвленная социальная служба, предоставляющая рабочие места миллионам людей; система путешествий; форма рекреологии на антропоэкологической парадигме.

По мнению американских ученых (А. Булла, А. Буркарта, С. Медлека), о масштабности и весомости туристских услуг свидетельствует американская модель: на протяжении года 230 млн. американцев способны оплатить 45 млрд. ресторанных обедов, 675 млн. гостиничных номеров, 1133 млрд. мест в самолетах. В США туризм является вторым по значению работодателем, обеспечивающим рабочие места для 10 млн. человек.

В половине американских штатов это крупнейшая область экономики, которая каждый год поставяет товаров и услуг на \$400 млрд. Все названные аспекты достаточны для того, чтобы охарактеризовать туризм как сложный многогранный социальный феномен, о котором говорил О.Хелмер в своем научном исследовании «*Social Technology*».

Своими широкими возможностями туризм способен решить целый ряд взаимосвязанных проблем высокого общественного звучания. Одна из них – обеспечение интеграции нашего "разорванного мира", содействие усилению тенденций солидарности, коммунитаризма.

Однако, современный взгляд на туризм и его действующих лиц свидетельствует о том, что эта форма общественной деятельности также должна быть гуманно центрированной, не по форме, а по сути. По мнению П. Лавери, туризм может планироваться и практиковаться как «привилегированное средство индивидуального и коллективного усовершенствования».

Социологическое измерение туризма – это проведение как общетеоретических, так и конкретных маркетинговых исследований туристского рынка спроса и предложений, создание системы обеспечения экономической и социальной эффективности туристских предприятий.

По мнению английских теоретиков и практиков туризма (Б. Алмананц и Д.Бурбридж), очевидно, что количественное увеличение отелей и других предприятий инфраструктуры туризма не сопровождается адекватным возрастанием профессионального, квалификационного уровня их работников. Многие менеджеры туристской сферы не имеют достаточных знаний и навыков в деле организации гостеприимства. Развитие туризма не самоцель, а важный элемент общей стратегии социально-экономической и духовной поступи страны и общества.

Американские исследователи туристической деятельности (С. Венхилл, Д.Гилберт, К. Купер, Д. Флетчер – «Туризм: принципы и практика»), Г.Данн, Д. Наш, П. Пирс – «Методология исследования туризма»), французские теоретики (С. Шанва – «Профессиональная подготовка», В. Коэн-Скали – «Образование для взрослых») высказывают мысль о том, что туризм теоретически санкционирует социальные, моральные сентенции, утверждая тем самым свою благородную гуманистическую миссию – оказывать содействие духовному усовершенствованию общества, являясь влиятельным фактором развития личности.

Туризм становится уникальным средством самообразования и самовоспитания.

Программа деятельности ВТО на 2002–2020 годы в области развития трудовых ресурсов сосредотачивается на новых стратегических задачах, уделяя внимание новейшим технологиям в проектировании программ, учебных материалов, созданию специализированных курсов, обучению информационно-коммуникативным технологиям для усиления влияния ВТО на решение вопросов туристского образования.

Цели и задачи: чтобы выполнять вышеупомянутую миссию, необходимо определить цели с учетом природы и мощностей ВТО. Мероприятия будут сгруппированы по следующим направлениям:

- развитие мощностей для создания программ для стран-членов ВТО;
- постоянная поддержка со стороны ВТО всех инициатив стран-участниц по вопросам разработки образовательных стратегий в туризме;
- концентрация информационных потоков по вопросам развития человеческих ресурсов и управление ими с целью совершенствования учебных процессов в сфере образования в туризме.

ВТО определила свои задачи по этой программе в сфере образования:

- создание благоприятных возможностей для развития и совершенствования процесса подготовки специалистов в сфере туризма;
- обеспечение лидерства и инициативы в вопросах образования в туризме;
- развитие необходимых стратегий в образовательных учреждениях туристского профиля для достижения качества и эффективности образования и научных исследований;
- создание туристского продукта высокого качества с современными свойствами с помощью конкурентоспособных стратегий.

ЮНВТО объявила лауреатов, удостоившихся Приза Улисса и Награды ЮНВТО в области этики, 14 финалистов 14-го конкурса на соискание Наград ЮНВТО за инновации в туризме.

Церемония вручения наград состоялась в 2018 году в Мадриде на Международной Туристической Выставке FITUR. Награды ЮНВТО присуждаются отдельным лицам и проектам, подающим вдохновляющий пример, за их новаторские достижения, неоценимый вклад в развитие и популяризацию устойчивого туризма в соответствии с Глобальным этическим кодексом туризма ЮНВТО для достижения целей в области устойчивого развития (ЦУР).

Приз Улисса ЮНВТО за выдающиеся успехи в создании и распространении знаний в сфере туризма был присужден почетному профессору и научному сотруднику Калифорнийского государственного университета, Чико США, Валин Л. Смит (Valene L Smith).

За свою многолетнюю профессиональную деятельность профессор Смит проложила новые пути в изучении туризма и антропологии, осуществила множество проектов и достигла впечатляющих результатов. Ее классический труд «Хозяева и гости» («Hosts and Guests», University of Pennsylvania Press, 1977), которому предшествовали ее курсы по географии 1953 года, положил начало изучению соответствующих взаимосвязей, продолженное многими другими исследователями. В 2000 году она была признана одной из «Женщин XX века». Кроме того, профессор Смит была удостоена Награды Торговой палаты США за служение обществу.

Лауреатом Награды ЮНВТО в области этики стала компания *Europa Mundo Vacaciones*.

Europa Mundo Vacaciones – испанский туроператор, твердо приверженный принципам экологической и социальной ответственности, достигший выдающихся результатов в осуществлении Глобального этического кодекса туризма ЮНВТО, сделав вклад в благополучие общин и устойчивое развитие туризма. В 2011 году компания основала Фонд, цель которого заключается в проведении общественных мероприятий и осуществлении сотрудничества в области развития в различных сферах, с привлечением определенных групп населения, в содействии устойчивому туризму в странах Африки, Азии, Европы и Латинской Америки.

Награда ЮНВТО в области этики была учреждена в 2016 году.

14 проектов-финалистов конкурса на соискание Наград ЮНВТО за инновации в туризме:

- в области государственной политики и управления;
- на предприятиях;
- в неправительственных организациях;
- в области исследований и технологий.



ГЛАВА 2.

ТУРИЗМ КАК СЛОЖНАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

2.1. ТУРИЗМ – ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ОСНОВА ЭКОНОМИКИ

Современная наука рассматривает туризм как сложную социально-экономическую систему.

Туризм – это отрасль экономики непроизводственной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом.

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира; превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Туристическую индустрию можно рассматривать как совокупность гостиниц или иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного значения, организаций, осуществляющих туристическую деятельность, организаций, предоставляющих услуги гидов-переводчиков. В силу ряда причин индустрия туризма, рассматриваемая в качестве отрасли, редко удостоивается такого внимания со стороны общества, которое отвечало бы ее роли в экономической деятельности. Одна из главных причин – отсутствие правильно организованного статистического учета туристической деятельности, когда экономические показатели туризма «растворяются» в данных других отраслей народного хозяйства.

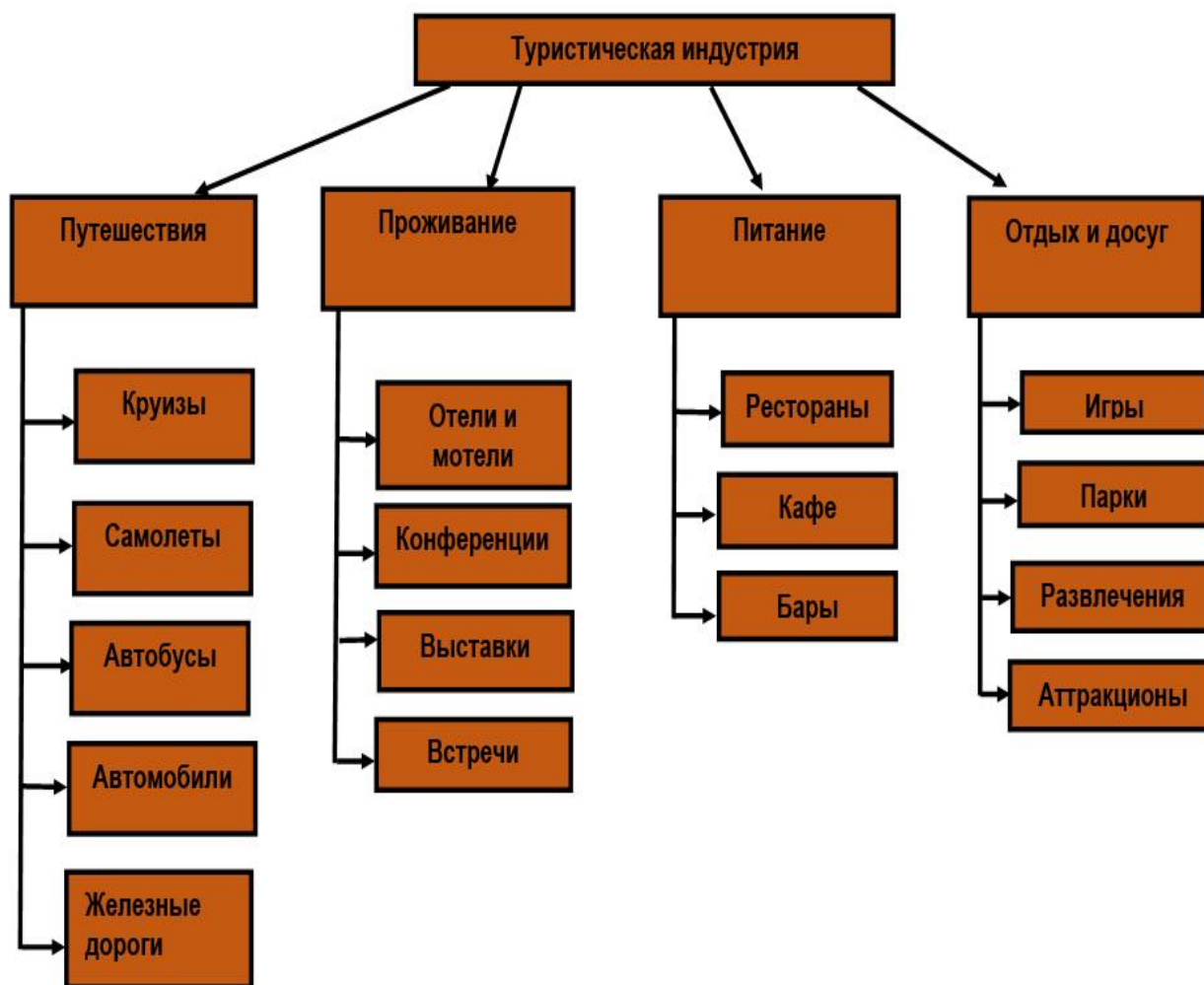
Применительно к индустрии туризма существуют такие понятия, как «видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт». Видимая торговля имеет дело с экспортом и импортом материальной продукции, такой, как товары и сырье. При этом торговым балансом страны называется разница между стоимостью видимого экспорта и стоимостью видимого импорта.

Невидимая торговля имеет отношение к импорту и экспорту сферы услуг.

Большая часть дохода от невидимого экспорта туристских услуг поступает от прибывших иностранных туристов, продажи им билетов на отечественный транспорт и другие услуги в стране пребывания. Невидимый импорт страны составляют деньги, потраченные ее гражданами во время зарубежных поездок, оплата ими транспортных расходов и других услуг в странах пребывания, а также оплата дивидендов иностранным инвесторам индустрии туризма.

Потребление в туризме определяется как стоимость туристских продуктов (товаров и услуг), используемых для непосредственного удовлетворения потребностей туриста или экскурсанта.

Сюда относятся расходы потребителя на пакет услуг (турпродукт) или отдельные расходы на размещение, питание и напитки, транспорт, досуг, отдых, культурные, спортивные, экскурсионные мероприятия, на покупки в месте пребывания и прочие расходы. Туристский продукт – это комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время его путешествия, – совокупность вещественных (товара) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей. Под туристским товаром понимается продукт труда, созданный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами.



Туристские услуги – это услуги субъекта туристической деятельности по размещению, питанию, транспортному, информационно-рекламному обслуживанию; услуги учреждений культуры, спорта, быта и развлечений, направленные на удовлетворение потребностей туриста.

Это специфический товар, который не имеет вещевого выражения, – его невозможно увидеть и накапливать. Они могут реализоваться только в том случае, когда есть спрос со стороны туриста. Проявляются во время путешествия в виде улучшения здоровья, удовлетворения туристских потребностей, отдыха, хорошего настроения, ознакомления с природными и культурно-архитектурными достопримечательностями. На основании этого можно сказать, что единицей туристской услуги является комплекс услуг, которые оказываются одному потребителю на протяжении определенного промежутка времени.

Первичной продажной единицей туристского продукта на туристическом рынке, как правило, является тур, при этом, находят спрос и отдельные туристские услуги. На практике под туристским продуктом понимают три основных вида возможных предложений на рынке.

Первый вид – тур, комплексная туристская услуга, предлагаемая фирмами, туристическими операторами (организаторами), может быть продана потребителю для личного пользования (в розницу), оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды. **Второй вид** – отдельные туристские услуги, к которым относятся услуги транспорта, размещения, услуги по оформлению загранпаспортов, страховки, экскурсионной программы, прокат автомобиля и много другое. **Третий вид** – товары туристского назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, карты, словари, путеводители), необходимые туристу и путешественнику в стране пребывания.

Разработка туристского продукта – сложный и многоступенчатый процесс, включающий маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, направление выезда, конъюнктуру туристического рынка, оценку реальных затрат на разработку, рекламу и продвижение турпродукта.

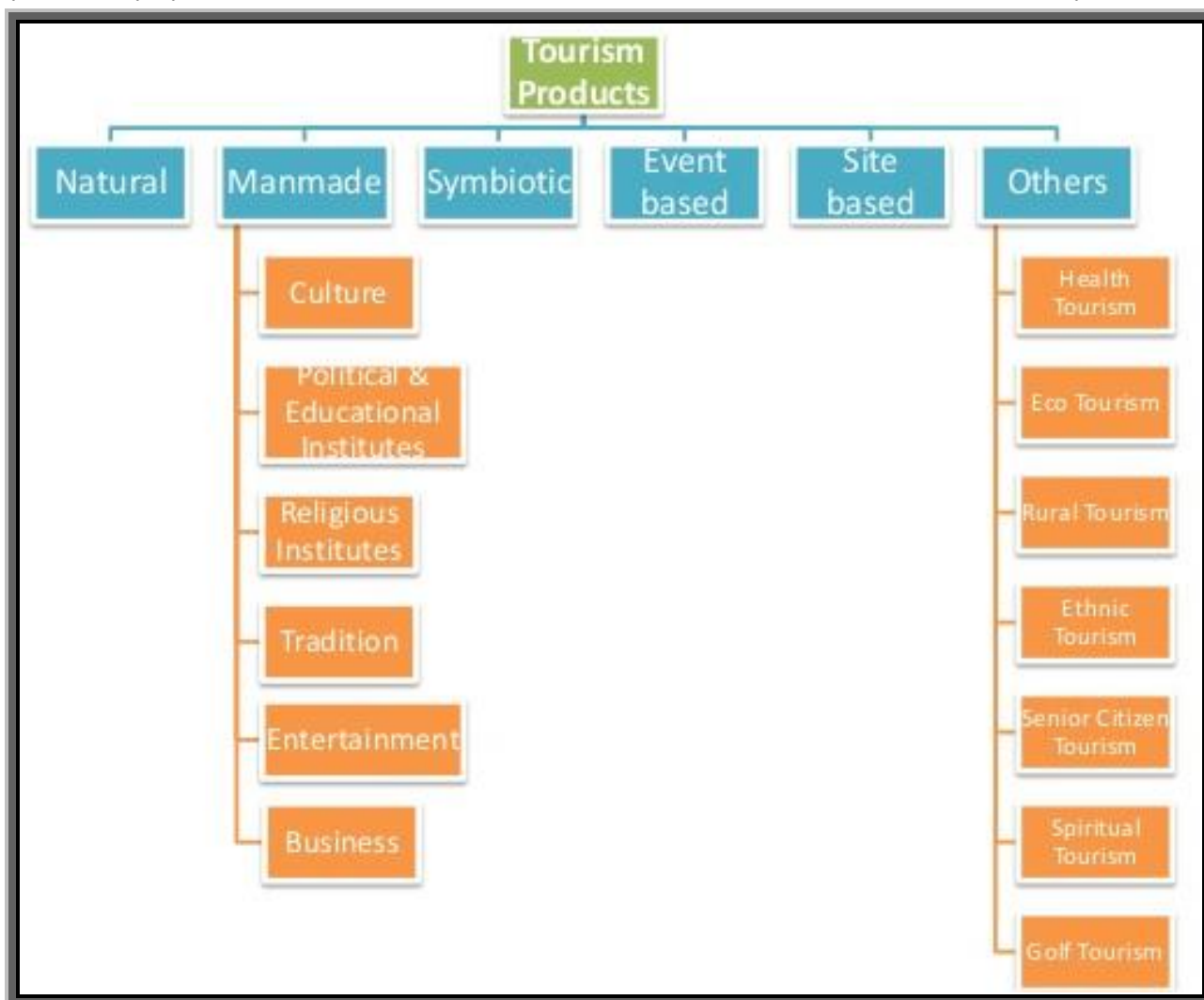
Анализируя имеющиеся данные о возможных предпочтениях и доходах покупателя, предлагаемых затратах турорганизатора на разработку турпродукта, можно оценить целесообразность и экономическую эффективность его разработки.

Туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, – отдых, возможность занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях и др., сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический факторы.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса.

Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, – выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

По прогнозам экспертов ВТО, мировая индустрия туризма входит в период постоянно увеличивающегося объема путешествий и экскурсий, конкуренции среди регионов и стран пребывания. При этом появляется большое количество хорошо информированных потребителей туристских услуг, обращающих внимание на качество и безопасность предлагаемого продукта.



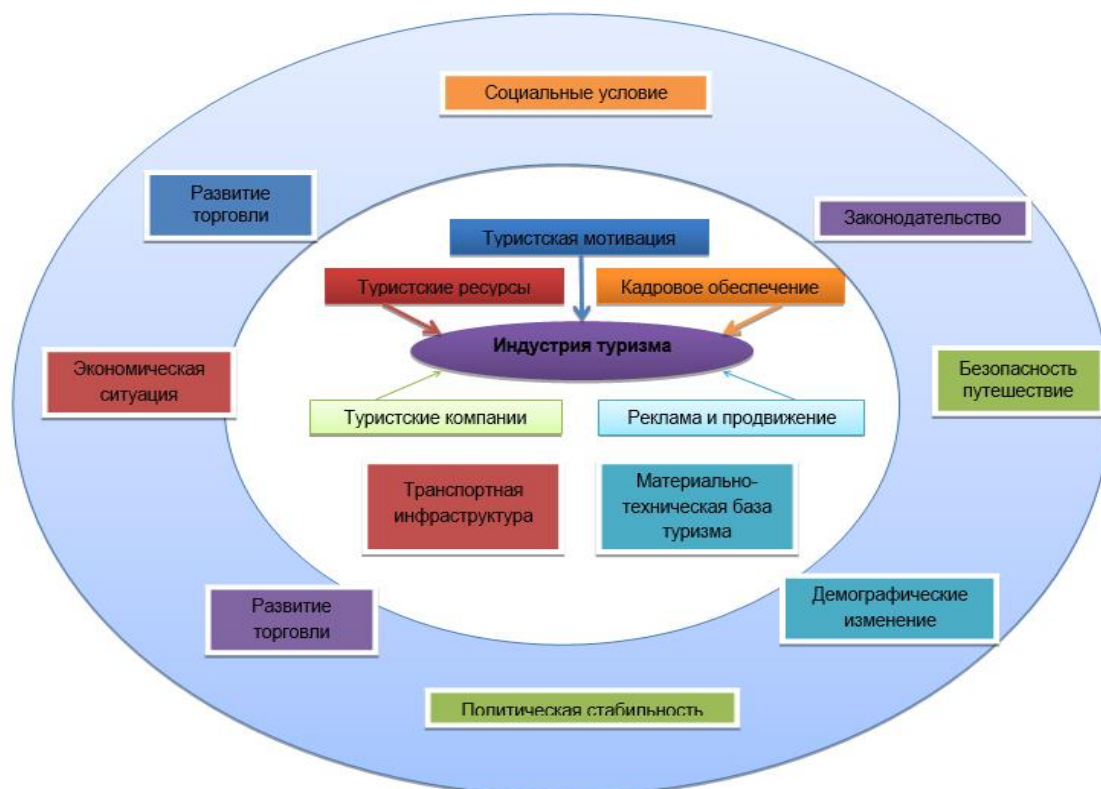
Дальнейшее развитие мирового туристического рынка все больше определяется новейшими информационными технологиями. В современной отечественной и зарубежной литературе выработано много подходов к определению понятия «туризм». Эти подходы базируются на различных признаках и могут быть объединены в несколько групп:

- *туризм как временные перемещения людей*, их нахождение вне постоянной среды обитания и временное пребывание на объекте, вызывающем туристский интерес;
- *туризм как сложная социально экономическая система*, основу которой составляет многоотраслевой производственный комплекс, называемый туристской индустрией;
- *туризм как сегмент рыночной экономики*, на котором взаимодействуют различные предприятия хозяйственного комплекса с целью предложения продукта, удовлетворяющего туристский интерес;
- *туризм как временные выезды граждан и лиц без гражданства* в свободное время с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессиональных, спортивных, религиозных, деловых, образовательных и иных целях на срок не менее 24 часов и не более 6 месяцев и без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

Последнее определение понятия «туризм», на наш взгляд, является наиболее полным, так как учитывает все признаки, которые отличают туризм от путешествия и иных видов перемещений. Наиболее важный признак, определяющий туристские перемещения, – *свободное время человека*. Под свободным временем в туризме следует понимать время отпуска, каникул, выходных и праздничных дней, время после выхода на пенсию.

Второй важнейший признак туризма – *цель перемещения*. В определении четко обозначены эти цели: *оздоровительные, познавательные, профессиональные, спортивные, религиозные, деловые, образовательные*. **Третий признак** устанавливает *временные рамки туристского перемещения* – не менее 24 часов и не более 6 месяцев, что важно для туристской статистики и экономики туристической индустрии.

Четвертый признак, характеризующий туристские перемещения, – *невозможность занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания*.



Это означает, что турист помимо свободного времени должен обладать и свободными денежными средствами, готов потратить на определенные цели, связанные с отдыхом и восстановлением организма.

Современный туризм – явление, с одной стороны, молодое, так как массовым он стал лишь после Второй мировой войны; с другой стороны, туризм имеет глубокие исторические корни, ибо путешествия известны человечеству с древнейших времен.

В основу периодизации развития туризма в Европе положены следующие критерии:

- технико-экономические предпосылки;
- социальные предпосылки;
- целевые функции туризма на разных этапах развития.

Согласно этой периодизации, в истории развития туризма различается 4 этапа:

- до начала XIX века – предыстория туризма;
- начало XIX века – начало XX века – элитарный туризм, зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
 - начало XX века – до II мировой войны – начало становления социального туризма;
 - после Второй мировой войны – современный этап – массовый туризм, формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. В определенной степени, этому способствовало сокращение рабочего времени, и, соответственно, рост свободного времени. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. На четвертом этапе развития происходит постоянное увеличение его роли в мировой хозяйственной системе.

На первом этапе развития туризма основными мотивами путешествия были торговля, образовательные цели, паломничество и лечение. В Средние века усиливается религиозный фактор путешествия – поклонение святыням христианства и ислама.

В эпоху Ренессанса религиозная составляющая туризма была несколько ослаблена, при этом укрепились образовательный и познавательный мотивы путешественников.

Особенностью путешествий до начала XIX века был примитивизм средств передвижения; путешествие было не самоцелью, а необходимым условием к достижению собственно цели: торговые дела, расширение образовательного кругозора, лечение, паломничество. Всех путешественников объединяло одно качество: они составляли меньшинство, элиту общества.

Важнейшую роль в развитии туризма сыграли революционные изменения в развитии транспорта: изобретение парохода (американцем Робертом Фултоном в 1807 году) и паровоза (англичанином Джорджем Стефенсоном в 1814 году), совершенствование почтовой связи, сопровождавшееся расширением сети дорог в Европе. Все это обусловило надежность и скорость передвижения при снижении расходов на путешествие. В середине XIX века появились первые пароходные компании, стоявшие в основе круизного туризма.

В течение второго этапа развития туризма в обществе происходят такие процессы, как изменение соотношения рабочего времени и времени для отдыха.

В Германии в 1873 году впервые были введены оплачиваемые отпуска, произошло уменьшение рабочего времени в пользу свободного. Повышение качества и надежности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением, постепенное сокращение рабочего времени обусловили существенное увеличение потоков путешествующих. В этот период возникают специализированные средства размещения для обслуживания путешественников.

В Германии в 1801 году в городе Баден-Баден открылась первоклассная гостиница «Бадишер Хофф», в Швейцарии в 1812 год был построен отель «Риги – Клестерли», в 1859 году открылась гостиница «Гранд Отель Швайцэрхофф» в Интерлакене в центральной Швейцарии.

В этот период строились роскошные гостиницы, которые обслуживали представителей аристократических кругов и высшего офицерства.

Во второй половине XIX века индустрия туризма расширила сферу своего производства: к средствам размещения добавились туристские фирмы, в задачу которых входила организация туристских поездок и реализация их потребителю. Хрестоматийным примером является туристское бюро Т. Кука, созданное в середине XIX века в Великобритании.

Первое бюро путешествий в Германии – «Райзебуро Штанген» – было основано в Бреслау в 1863 году. Эта фирма имела тесные контакты с пароходными компаниями и активно продавала морские круизные туры. Начиная с 1862 года, появляются и первые каталоги туристских поездок, что отразило процесс расширения туристского спроса.

Первая мировая война, экономическая депрессия 1930-х годов и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Но именно в этот период между двумя мировыми войнами появились ростки массового туризма, расцвет которого пришелся на послевоенные десятилетия. После Второй мировой войны туризм приобрел действительно массовый социальный характер. Стала формироваться индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. Это период массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений.

Расширились гостиничные цепи, появились гостиничные семейства, произошел интенсивный рост как въездного, так и выездного туризма.

После Второй мировой войны в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, дающие основание говорить о том, что массовый конвейерный туризм стал постепенно трансформироваться в массовый дифференцированный туризм.

Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однородность потребностей и мотивации туристов, обезличенно конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличает разнообразная парадигма потребностей и мотиваций туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения.

Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей. Именно в это время зарождаются новые виды туризма, обусловленные индивидуальными неординарными потребностями туристов.

Особенность современного этапа развития туризма раскрывается через понятие массового туризма. Оно отражает процесс демократизации и расширения туристского движения.

В индустриально развитых странах Запада половина населения является потребителями туристских товаров и услуг. Понятие массового туризма было введено и используется как альтернатива аристократическому туризму XIX века, отдельным дорогостоящим видам туризма, ориентированным на избранную публику, туризму в развивающихся странах, где доступ к туристским благам местного населения ограничен из-за низкого уровня жизни.

В отличие от массового *элитарный туризм* рассчитан на состоятельную клиентуру. Для данной категории потребителей уровень цен на рынке не имеет особого значения, но они предъявляют повышенные требования к качеству предлагаемых товаров и услуг.

В этой связи нельзя не отметить ту роль, которую элитарный туризм играет в развитии туристского бизнеса в целом. Здесь задается импульс всей индустрии туризма. Он способствует утверждению и распространению новых, высоких стандартов обслуживания и, в конечном итоге, содействует улучшению качества жизни населения. Поэтому не случайно элитарный туризм нередко называют «туристским локомотивом».

Классификация в туризме обозначает выявление его отдельных форм и видов в зависимости от основного показателя – критерия.

Как всякая другая классификация, классификация видов туризма помогает досконально изучить развитие туризма, его видоизменения и основные тенденции.

Туризм – сложное и многоплановое понятие. Очень сложно выделить формы и виды туризма в их чистом виде, поэтому нет в мире единой классификации. Те, что существуют, имеют некоторые расхождения, но в целом между собой согласуются.

Классификация в туризме имеет большое значение для его практики. Она позволяет решать проблемы его территориальной организации, планировать развитие материальной базы, выявлять спрос и формировать рынок туризма, производить и реализовать туристический продукт. Туризм в современном мире проявляется в разных явлениях, связях и отношениях, что определяет необходимость его классификации, – группировки по отдельным однородным признакам, зависящих от определенных практических целей. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории, виды и формы.

Тип туризма определяется национальной принадлежностью туристов.

В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма по направленности туристических потоков:

- *внутренний туризм* – путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;
- *въездной туризм* – путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой либо страны;
- *выездной туризм* – путешествия резидентов одной страны в иную страну.

Указанные типы туризма сочетаются между собой, образуя категории туризма:

- туризм в пределах страны включает внутренний и въездной туризм;
- национальный туризм включает внутренний и выездной туризм;
- международный туризм включает въездной и выездной туризм.

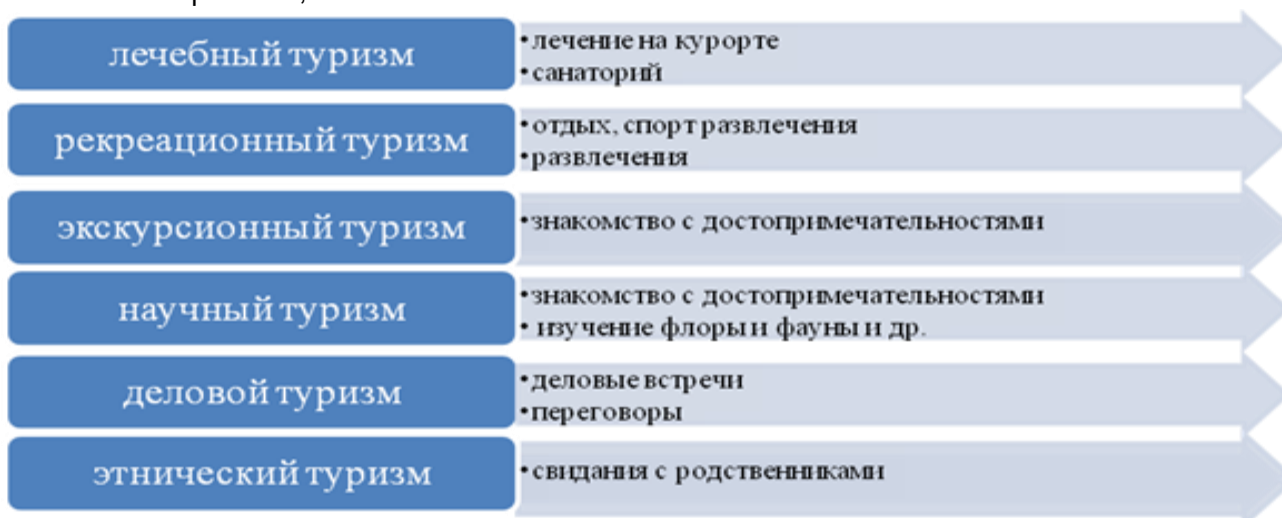


Указанные категории могут использоваться применительно к отдельной стране, региону в данной стране, либо региону, включающему несколько стран.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок.

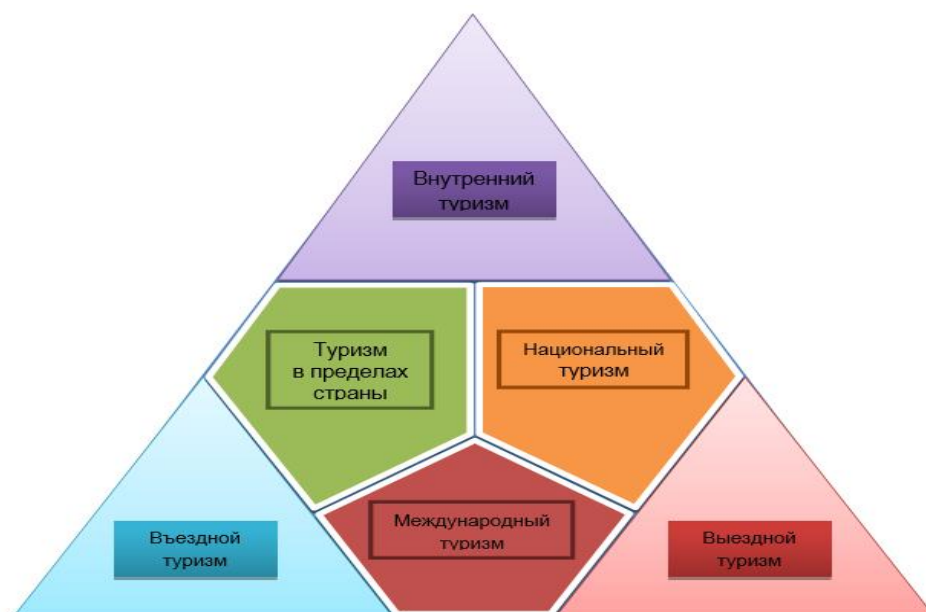
В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

- рекреационный;
- лечебно оздоровительный;
- познавательный;
- деловой;
- спортивный;
- этнический;
- религиозный;
- транзитный;
- образовательный.



Рассмотрев и проанализировав существующие классификации видов и форм туризма можно разделить туризм на две основные группы: **оздоровительный** (активно-двигательный туризм, развивающий двигательные способности) и **«пассивный», «нездоровый» туризм**, когда турист путешествует в каком-либо транспортном средстве (познавательный, не связанный с движениями). В некоторых исследованиях отмечается, что глубокий и значительный оздоровительный эффект достигается в результате использования в походной обстановке естественных сил природы в сочетании с двигательными действиями.

Благодаря занятиям туризмом, укрепляется и закаляется организм туриста, улучшается деятельность его сердечнососудистой системы, укрепляется сопротивляемость к неблагоприятным воздействиям внешней среды, укрепляется нервная система.



Необходимо отметить, что занятия активным двигательным туризмом – это единый процесс восстановления и развития, проходящий под влиянием перемены деятельности.

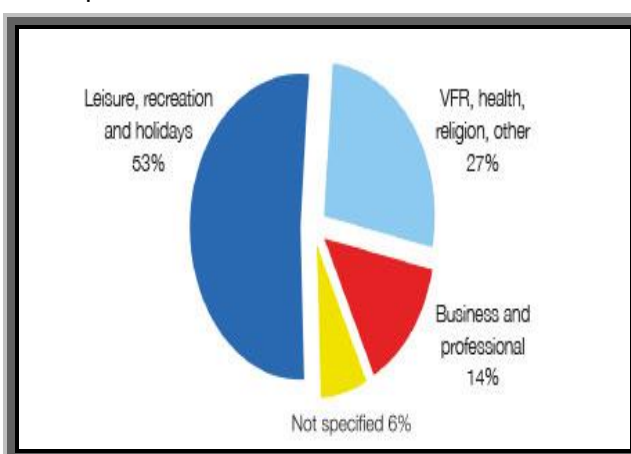
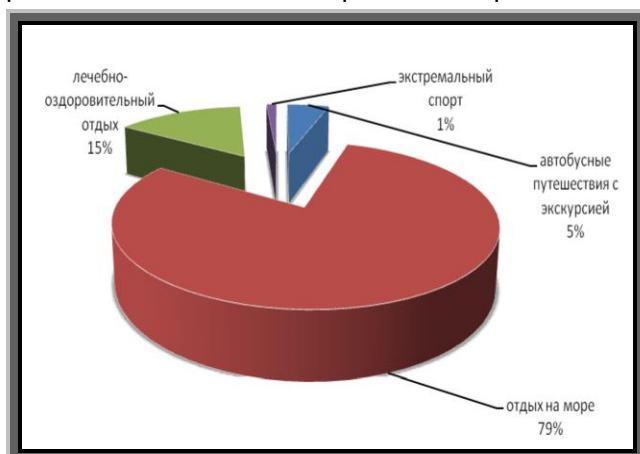
Чередования занятий и их оптимальная длительность, интенсивность, последовательность обеспечивают не только результативность усилий индивида в регулировании своей деятельности, в повышении работоспособности, но и в укреплении здоровья. Способствует отдыху человека и перемена деятельности, переход от одних занятий к другим, в результате чего развиваются физические и психологические качества. К оздоровительной функции прямое отношение имеет и осуществляемая в туризме пропаганда здорового образа жизни.



Наиболее распространенными являются *рекреационный* и *познавательный* туризм.

Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно-развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.

Лечебно-оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных болезней.



Это туры с исключительно лечебной целью, для лечения каких либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно-оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

Познавательный (экскурсионный) туризм включает поездки с целью ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно. Детско-юношеский спортивно-оздоровительный туризм, в отличие от других видов спорта, является одной из наиболее эффективных оздоровительных технологий.

Одной из важных целей детско-юношеского туризма как спорта, оздоровления и вида деятельности является формирование здорового образа жизни человека и общества в целом, что имеет большое государственное значение в воспитании детей.

Принимая во внимание, что дети и молодежь – будущее поколение страны – в современных экономических условиях не должны терять нравственные ориентиры, скатываться в бездуховную, наркоманную и криминальную среду городов, перед детским туристским движением страны сегодня стоят первоочередные задачи:

- вернуть молодому поколению прекрасный мир спортивного туризма и развивать его;
- эффективно обучить жизненным навыкам выживания человека в природной и городской среде обитания.

Новые экономические отношения в стране, обострили проблемы в детском спортивно-оздоровительном туризме, потребовали изменений в деятельности основной материальной и организационной базы массового туризма.

Как социальное явление нового времени детско-юношеский туризм и краеведение являются детищем промышленной революции, когда появление буржуазных отношений в Западной Европе породило новые требования к воспитанию подрастающего поколения.

На историческую сцену в эпоху Возрождения выступил идеал формирования всесторонне развитой личности. Одной из первых попыток использования туристских походов в воспитательных и образовательных целях была организация подобных занятий в «Доме игр» – школе, созданной в 1425 году Витторино да Фельтре в Мантуе (Северная Италия). Его воспитанники совершали однодневные и многодневные походы в предгорьях Альп.

В конце XVII – начале XVIII веков в школах Англии, Франции, Германии, Австрии, Швейцарии и других стран при изучении отдельных предметов биологического цикла учителя стали использовать пешеходные прогулки и поездки в окрестности. Такие простейшие формы путешествий получили название экскурсий. При этом необходимость развития исследовательских способностей учащихся признавалась многими известными педагогами эпохи Просвещения.

Значимость исследовательских методов в образовательном процессе неоднократно подчёркивали в своих работах Я. А. Коменский, Ж-Ж. Руссо, И. Г. Песталоцци, А. Дистервег.

В школах нового типа – коллегиях, учащимся раз в неделю предоставлялся один рекреационный (свободный) день, в основном, использовавшийся для прогулок и походов с познавательными целями. Разрабатывая программу общедоступных средних школ, Я. А. Коменский предлагал оставлять в конце обучения два или три года для путешествий.

В России интерес к путешествиям исторически оказался тесно связан с краеведением.

Сведения о прошлом селений, городов вошли в местные и общерусские летописи.

Поэтому мы вправе считать их первыми краеведческими исследованиями в нашей стране. В конце XVII века С. У. Ремизов создает первый русский атлас по этнографии и археологии.

Начало стимулируемых краеведческих исследований относится к эпохе преобразований начала XVIII века и связано с Указом Петра I от 13 февраля 1718 года, в котором предписывалось докладывать царю обо всех любопытных находках, а тех, кто их обнаружит – награждать: «Также, если кто найдет в земле или в воде, какие старые вещи, а именно: камня необыкновенные, кости человеческие или скотские, рыбы или птичьи, не такие, какие у нас ныне есть, или и такие, да зело велики или малы перед обыкновенными; какие старые надписи на камнях, железе или меди, или какое старое, необыкновенное ружье, посуду или прочее все, что зело старо и необыкновенно также бы приносили, за что будет довольная дача».

Ярым сторонником активного привлечения широких слоев населения к краеведческим исследованиям был В. И. Татищев.

В 1734 году он разослал по России анкету из 92 вопросов, а в 1737 году из 198 вопросов – для сбора данных об отдельных территориях для своей «Истории Российской с древнейших времен». В 1760 году М. В. Ломоносов разослал Академическую анкету, ответы на которую просил направить в Академию наук. М. В. Ломоносов, русский народный самородок, стремился привлечь крестьянских детей к приискам неизвестных руд, дорогих металлов и камней.

Практика, как основа познания мира окружающей действительности, была одним из лейтмотивов реформ, проводимых в области образования в России на протяжении XVIII и XIX веков. Именно это направление активно развивали Н. И. Новиков, Ф. И. Янкович, А. Н. Радищев.

Благодаря их деятельности в среде педагогической общественности появилось значительное число сторонников «экскурсионного метода» исследовательской деятельности.

Н. И. Новиков в статье «О воспитании и наставлении детей» писал: «Не заставляйте детей ваших из книг или по изустному наставлению учиться тому, что они сами могут видеть, слышать и чувствовать». Подобные педагогические идеи нашли отражение в ряде документов той поры – «Уставе народным училищам в Российской империи» 1786 года, а также «Уставе учебных заведений, подведомственных университетам» 1804 года.

Программы, утвержденные для народных училищ в 1782 году, предписывали учителям собирать и использовать различные краеведческие сведения, записывать важнейшие местные события, дабы история Российского государства имела со временем достоверные памятники.

В XIX веке в странах Западной Европы, России большую популярность приобретает идея «наглядности» в школьном образовании, сформулированная ещё в пору Песталоцци, а также идеи, связанные с развитием творческих способностей ребёнка, как условия успешного обучения. «Природные способности человека, развитие элементарно поставленным обучением наблюдению, языку, числу и форме одинаково сказываются на всех отраслях человеческих знаний».

На первый план выступает идея прагматизации знания, возможность его практического применения. В книге Ф. Гансберга «Творческая работа в школе» в 1913 году, прямо говорится о том, что всякое знание имеет значение лишь постольку, поскольку оно может быть применено к современности и будущему, нашей жизни и развитию человечества.

Применимость – вот пробный камень для всякого знания, называется ли оно биологией или социологией. Применимость знаний – это был своего рода социальный заказ в условиях формирующегося индустриально-буржуазного общества.

Подобные идеи в России пробивали себе дорогу непросто, что, безусловно, связано с условиями ее исторического развития в XIX веке. Одним из первых, кто на практике использовал различные формы исследовательской деятельности учащихся, был декабрист И. Д. Якушкин, будучи в ссылке, преподававший в Ялutorовской женской школе; один из первых энтузиастов и организаторов экскурсионной работы и туризма с детьми. В частности, он практиковал летние походы и экскурсии с целью изучения окружающей природы. В конце XIX и, особенно в начале XX века туристско-экскурсионному направлению исследовательской деятельности в отечественной педагогике стало уделяться повышенное внимание. В этом виде педагогической деятельности объединились интересы общества, педагогов и самих учащихся. Немалая заслуга в обосновании эффективности экскурсий с точки зрения получения научно-практического знания принадлежит К. Д. Ушинскому, А. Я. Герду, П. Ф. Каптереву.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания.

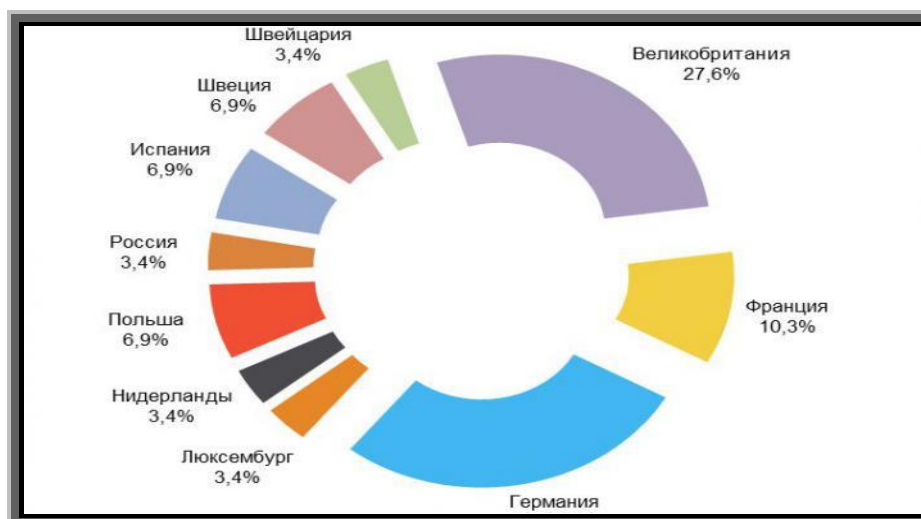
К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования.

Деловой туризм включает бизнес поездки, конгрессно-выставочный туризм, инсентив туризм (incentive – стимул, побуждение). *Инсентив туризм* представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу, достижения в труде (повышение общего объема продаж, эффективную рекламу, помощь в обучении персонала и т. д.). Инсентив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20 % в международном туристском объеме.

Возникновение индустрии массового туризма, смена социокультурных приоритетов в мотивации путешествий отдельных групп населения обуславливают необходимость проведения социологического анализа с целью выявления важнейших показателей социальных слоев современного общества. Согласно определению «International Trade Forum Magazine» деловой туризм – это «Business tourism is defined as leisure activities in conjunction with business travel» вид деятельности в свободное от работы время в сочетании с деловой поездкой.

Согласно данным этого же журнала процентное соотношение деловых поездок от общего оборота туристической индустрии составляет 9%. Определение «деловой туризм» в русском языке когерентно с английским – «Деловой туризм – вид туризма, направленный на совершение путешествий представителями компаний, организаций, учреждений, с коммерческими целями: конференции, заседания, проведение переговоров (установление деловых контрактов), участие в выставках и презентациях».

Спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах. Его можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как «специальные виды туризма» рассматривается любительский туризм, подразделяющийся следующим образом: зимние и летние, водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта.



Рынок деловых мероприятий

Этнический туризм преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического (nostalgie tour). Приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры людей родом из других стран. У туристов из Германии пользуются популярностью поездки в Поволжье, из Финляндии – на Карельскую землю, Ладожское озеро (500000 финнов вынужденно покинули эти места в 1939-1945 годы). Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн. человек.

Религиозный туризм основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм называют древнейшим, корни которого уходят в незапамятные времена – две основные разновидности: *паломнический туризм* (духовно паломническое направление) и *религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности*.

Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности.

Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности:

- перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а делают пересадку на стыковочный рейс;
- перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах.

Образовательный туризм предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам.

Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка.

В зависимости от способа организации выделяют *организованный* и *неорганизованный* туризм. Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристской фирмой программу путешествия для туристов согласно их пожеланиям и бюджету.

Туристская фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы. Неорганизованный туризм предполагает, что туристы без участия и/или посредничества туристской фирмы, организуют свое путешествие: самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы.

Неорганизованный туризм в мире очень популярен. В странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе свободно, гражданам США не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения).

Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80 %. По сроку поездки путешествие по стране проживания или же вне страны проживания может длиться от 24 часов до 6 месяцев по международному законодательству, максимум – 1 год.

Продолжительность пребывания или поездки является важным статистическим показателем, при определении максимального предела, после которого посещение не считается больше туристическим. По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма:

- *краткосрочный* (туры «выходного дня», поездки на срок до 7 дней);
- *среднесрочный* (туры продолжительностью от 9 до 12 дней);
- *долгосрочный* (туры на срок от 15 до 30 дней).

Туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое как внутри страны, так и за ее пределами. Путешествие с использованием стандартных видов транспорта: *воздушный* (рейсы по расписанию, вне расписания), *водный* (пассажирские линии и паромы, круизы), *сухопутный* (железнодорожный, междугородние и городские автобусы, частные автомашины, прокат транспортных средств) или с *использованием экзотических видов транспорта* (канатная дорога, фуникулер, воздушный шар, дельтаплан).



По использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия, выделяют такие виды туризма:

- железнодорожный
- авиационный
- теплоходный/водный (морской, речной, парусный)
- конный
- пешеходный
- горный
- космический туризм
- автобусный
- велосипедный
- автомобильный
- мототуризм
- лыжный
- спелеотуризм
- комбинированный

Деловой туризм делится на:

- бизнес-туризм
- конгресс-туризм
- шопинг-туризм
- археологический туризм
- гастрономический туризм
- военный туризм

По способу экипировки

- легкоходство
- бэкпэкинг

По возрастно-социальному признаку

- детский туризм
- юношеский туризм
- молодежный туризм
- взрослый туризм
- семейный туризм
- инвалидный туризм

По интенсивности посещения туризм можно подразделить на *постоянный* и *сезонный*.

Под **постоянным туризмом** следует понимать относительно равномерные посещения туристских регионов и объектов в течение всего календарного года.

Под **сезонным туризмом** понимают посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта.

К сезонным видам можно отнести *рекреационный, конгрессно-выставочный туризм*.

Существует много видов экстремального туризма. Некоторые из них:

- горный туризм
- дайвинг
- джиппинг
- индустриальный туризм
- диггерство
- спелеотуризм
- водный туризм:
 - каякинг
 - рафтинг
 - парусный туризм
 - сплав по рекам
 - каньонинг

По ландшафтному и географическому признаку

- горный туризм
- джайлоо-туризм
- спелеотуризм
- индустриальный туризм
- сельский туризм
- лесной туризм

На сезонность туризма оказывает влияние вид туризма. Различают *высокий, средний и низкий сезоны*. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристских ресурсов. На сезонность оказывают существенное влияние природно-климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия. Активный туристический сезон характеризуется большим потоком туристов:

- *летний* (с конца мая по середину сентября в период летних отпусков и школьных каникул);
- *зимний* (с середины декабря до конца февраля – период горнолыжного сезона, рождественских и новогодних праздников);
- *межсезон* (полусезон);
- *несезон*.

В последние годы круглогодично работают лишь несколько крупных санаториев, остальные закрываются с начала октября до конца апреля в связи с тем, что дальнейшая работа становится нерентабельной; для них наступает несезон или так называемый «мертвый» сезон.

Несезон характерен для тех районов, которые посещаются туристами в определенное время года (односезонные). Примером может послужить курортная зона побережья Литвы (Нида, Паланга, Юодкранте). В летнее время поток туристов настолько велик, что достаточно сложно найти свободный номер в одной из гостиниц, в остальное время года курорт пустует.

По демографическим и социальным составам участников поездки.

В зависимости от места проживания туриста (городской житель или сельский), социального положения в обществе (детский, школьный, молодежный, семейный, по профессиональному составу). В зависимости от возрастной категории туристов выделяют следующие виды туризма: детский; молодежный; лиц среднего возраста; третьего возраста. ВТО предложила следующую градацию туристов по возрастному признаку: дети, путешествующие с родителями (до 15 лет), молодежь (15-24 года), экономически активные молодые туристы (25-44 года), экономически активные туристы среднего возраста (45-64 года), туристы третьего возраста (от 65 лет).

В работе предприятий туристической индустрии выделяют возрастные категории:

- 0-2 года – инфант (грудной ребенок);
- 3-12 лет – ребенок;
- 14-18 лет – школьник;
- 18-25 лет – молодежь (студенты);
- 26-45 лет – взрослые;
- 46-65 лет – взрослые;
- 65 лет и старше – пенсионеры (третий возраст).

Географический принцип

- Внутренний, международный

Направление туристского потока

- Въездной, выездной

Источник финансирования

- Социальный, коммерческий

Способ передвижения

- Пешеходный, авиационный, морской, речной, автотуризм, железнодорожный, велосипедный, смешанный

Число участников

- Индивидуальный, семейный, групповой

Организационная форма

- Организованный, неорганизованный

По уровню организации: *индивидуальный* и *групповой*.

Индивидуальный тур – независимое путешествие одного или нескольких лиц, связано с обслуживанием, носящим персональный характер, как правило, с более высокими ценами.

Групповой тур – совместная поездка нескольких лиц (количество ее участников составляет не меньше шести человек по международным стандартам) по единому маршруту и на одинаковых условиях. Объединение туристов в одну группу обуславливается общностью интересов и целей поездки, сравнительно более низкими ценами по сравнению с индивидуальными турами в связи с предоставлением групповых скидок. Для планирования туризма возраст важен с точки зрения мотивации путешествия и финансового обеспечения туристской поездки.

По источникам финансирования туризм подразделяют на *коммерческий* и *социальный*.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, является основным источником для развития производства услуг. Стремясь максимизировать прибыль, туристские фирмы постоянно ищут наиболее оптимальное сочетание между величиной издержек и конечной ценой туристского продукта. Предоставляемые ими туристские услуги ориентированы в основном на клиентов со средним и высоким уровнем дохода.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для туризма определенных категорий граждан. Субсидии выделяются из (не)государственных, фондов, благотворительными организациями.

В Манильской декларации указывается, что «социальный туризм – это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан».

Концепция социального туризма базируется на трех основных принципах:

- обеспечение отдыхом путем вовлечения в туризм людей с низким уровнем дохода;
- субсидирование туристских поездок малоимущих граждан;
- участие государственных, муниципальных и общественных структур в туризме.

По мнению авторов книги «Социальный туризм в Европе» его расцвет был в первые годы после Второй мировой войны.

Под социальным туризмом понимаются путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды, при этом, отдельным категориям туристов государство в порядке, установленном законодательством, предоставляет льготы социального характера.

В странах Европейского Союза социальный туризм ассоциируется с клиентурой с низкими доходами, которые не позволяют получать высококачественные туристские услуги.

Эта категория граждан нуждается в льготах социального характера. К ней относятся в первую очередь многодетные семьи, дети-сироты, воспитанники детских домов и школ-интернатов, учащаяся и работающая молодежь, пенсионеры, инвалиды и малоимущие граждане.

Упрочить свои позиции социальный туризм может только при наличии долгосрочной продуманной социальной политики в области туризма на национальном, региональном и международном уровнях. Традиционный социальный туризм развивался в центрах отдыха в Европе и кемпингах в Великобритании. Центры отдыха (Франция, Бельгия, Италия) были новым и доступным продуктом и способствовали демократизации отдыха.

Они предлагали полный пансион, все развлечения и различные культурные мероприятия.

Большинство центров отдыха управлялись благотворительными организациями или профсоюзами. Кемпинги в Британии в основном управлялись на коммерческой основе, они имели гибкую систему цен, в зависимости от состава семьи и бюджета. В эти годы начал свою деятельность целый ряд международных организаций, их открытие сопровождалось появлением различных деклараций, организацией конференций по социальному туризму. Нужна была постоянная площадка, где острые углы социального туризма могли бы обсуждаться на международном уровне.

Все это способствовало созданию *Международного Бюро Социального Туризма*.

По мере роста значимости массового туризма все внимание стало уделяться его негативному влиянию на местные экосистемы и культуру, и стало очевидным стремление к устойчивым формам туризма. Организации социального туризма признали, какую пользу индустрия туризма может принести, и передали эти выгоды тем, кто выиграет экономически от туризма.

Венская хартия (1972) заявила о том, что социальный туризм является «фундаментальным социальным фактом нашего времени» и что социальная политика не может существовать без элементов социального туризма – возложив ответственность за него на общественный сектор.

Затем последовал период глубоких социальных перемен, в Европе возросла важность либеральных идеологий, появился акцент на свободную конкуренцию и сокращение роли государств.



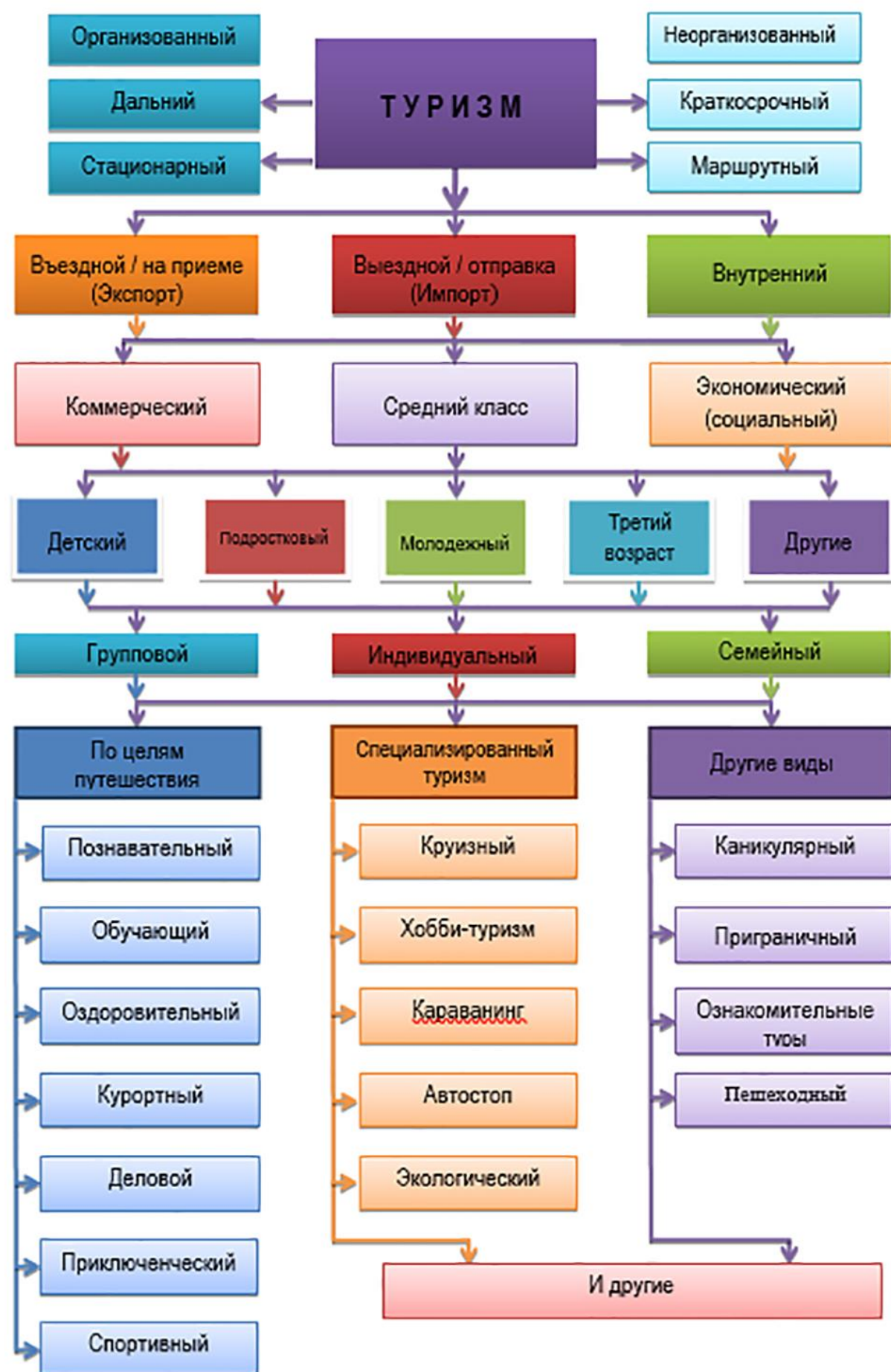
Исходя из этих соображений, Европейский Союз приступил к разработке предварительного проекта развития социального туризма, получившего название «Калипсо», как инструмента для достижения следующих целей:

- повышение занятости;
- расширение сезонности;
- воспитание европейской гражданственности;
- подъем экономики на региональном и местном уровнях.

В основе проекта, нацеленного на 4 категории населения – пожилых людей, молодежи в возрасте от 18 до 30 лет, семей с ограниченным уровнем доходов и инвалидов, – положения: □

- социальный туризм как одна из его форм позволяет наибольшему числу людей воспользоваться отпуском; □
- туристские обмены социального характера способствуют борьбе с сезонностью, усилению понимания европейского гражданства и местному экономическому развитию.

В проекте участвовали: Австрия, Бельгия, Болгария, Греция, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Мальта, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, Турция, Франция, Хорватия. Европейская комиссия намерена привлечь и другие страны к вступлению в программу. По результатам исследований Европейская комиссия объявила конкурс на тему: «Продвижение социального туризма в Европе через интернет-платформу спроса и предложения».



Победителем конкурса стала Международная Организация Социального Туризма с партнерами из числа ее членов:

- Европейская сеть доступного туризма (ENAT), Бельгия.
- Национальный союз туристских ассоциаций (UNAT), Франция.
- Национальная лига кооперативов (LEGACOOП), Италия.
- Консорциум «Siena Hotels Promotion», Италия.
- Госкомпания по управлению туристскими технологическими инновациями, Испания.

Целью проекта является создание и развитие виртуальной платформы «eCalypso» как механизма, предназначенного для облегчения доступа к международному туризму, особенно во время мертвого сезона, для различных целевых групп, перечисленных в программе проекта «Калипсо». Он нацелен на повышение конкурентоспособности средних и мелких предприятий в туризме, расширение деловых возможностей агентов, действующих от имени своих клиентов.

Для производителей услуг (средства размещения) платформа обеспечит значительное продвижение их предложения на европейском уровне, делая его доступным для коллег из других секторов индустрии в Европе, улучшение их загрузки в несезон благодаря взаимодействию и обменам с аналогичными учреждениями.

Для посредников (операторы туристской индустрии или некоммерческие организации) платформа облегчит доступ к информации о существующих предложениях на европейском уровне относительно их целевых групп. Через платформу «eCalypso» поставщик туристских услуг может достичь соглашения с гостиницами, ресторанами и другими предприятиями туризма для создания комплексного пакетного предложения. Этот пакет может быть помещен на платформу «eCalypso» и там же приобретен (сделка между поставщиком туробслуживания и покупателем; платформа «eCalypso» служит посредником, упрощающим контакты этих двух сторон).

В октябре 2013 года в Бланкенберге (Бельгия) состоялось Общее собрание членов Международной организации социального туризма (ОИТС), на котором было подчеркнуто, что переход проекта «eCalypso» в эксплуатационную фазу и передача юрисдикции в руки Международной организации социального туризма не означает завершения работы по развитию социального туризма в Европе. Уже объявлен следующий конкурс под названием «Содействие межнациональным обменам туризма в межсезонье в Европе и мобильности пенсионеров».

Данная концепция реализована на практике в Швейцарии, Германии и Франции с использованием отпускных чеков. В России данный тип туризма реализуется через фонды социального страхования и представлен лечебно оздоровительным туризмом.

В последнее время появились и пользуются спросом новые виды туризма: *экологический туризм, агротуризм, экзотико-приключенческий и экстремальный туризм*.

Современная индустрия туризма меняется под воздействием глобальных экономических перемен, изменений общественного настроения и тенденций, возникающих вследствие этого.

Мировой кризис, изменения климата, увеличение численности населения, проблема бедности и голода формируют современную систему взглядов на окружающий мир.

Одним из важных элементов реакции общества на изменения в природе стало глобальное принятие концепции устойчивого развития. Основным документом этой концепции считается Всемирная стратегия по охране природы, принятая в 1980, где впервые употребляется термин «**устойчивое развитие**», а также доклад «Наше общее будущее» Международной комиссии по окружающей среде и развитию в 1987.

Ведущая идея концепции устойчивого развития: «развитие, удовлетворяющее потребности настоящего поколения и не ставящее под угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои потребности». Следует отметить, что туристическая отрасль – одна из самых показательных в вопросах использования природных ресурсов территории людьми, проживающими на ней, а также прибывшими на данную территорию для их эксплуатации.

В зависимости от цели поездки, желания получить той или иной туристический опыт, а также от выбранной туристической дестинации, различают множество видов туризма. Цели концепции устойчивого развития и необходимости снижения антропогенной нагрузки отражают устойчивый, мягкий, сельский, аграрный, фермерский, зеленый и другие виды туризма.

Интересными с точки зрения смещения территориальных и личностных предпочтений туриста для нас являются сельский, аграрный и фермерский туризм.



В связи с появлением новых видов туризма, таких как устойчивый, сельский, мягкий, фермерский, агротуризм, возникает необходимость внести их в существующую классификацию и определить их взаимосвязь с другими видами.

Изучение данного вида туризма занимались И. Кнауд, Г. Данн, В. Оперман, Д. Барман.

В 1880 году было введено понятие «**экологический туризм**», как синоним «мягкому туризму». Развитие экологического туризма шло различными путями.

В начале развития массового туризма Альпы являлись местом значительного посещения туристов. Экология Альп была сильно нарушена, в связи с этим германская школа выдвинула концепцию «мягкого туризма». «Мягкий туризм» противопоставляется «жесткому туризму», основанному на получении доходов от этого вида туризма (Испания, Греция, Турция).

Швейцарская школа экотуризма дала следующее определение экологическому туризму – это тихий (спокойный) туризм, который должен обеспечивать физический и духовный отдых людям в непосредственном контакте с ландшафтом, с учетом долговременных интересов местных жителей. Австрийская школа считает, что главными компонентами, которым должен отвечать «мягкий туризм» являются:

- не технизированный туризм;
- самостоятельное региональное развитие туризма;
- социальная ответственность человека перед природой;
- культурная ответственность.

Мягкий туризм может развиваться только там, где отсутствует «жесткий туризм».

В Германии был создан Немецко-Альпийский Союз, сформулировавший перечень основных функций экологического туризма:

- оптимальный отдых гостей;
- непосредственный контакт туристов с ландшафтом;
- непосредственное соприкосновение с местной социокультурной средой;
- прибыль от туристической деятельности.

Экологический туризм строится на следующих основаниях:

- обращение к природе и использование преимущественно природных ресурсов;
- быть экологически устойчивым;
- нацелен на экообразование, формирование равноправных отношений с природой;
- должен заботиться о сохранении местной социокультурной среды;
- должен быть экономически эффективным и обеспечивать устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

В последние годы из-за сильного ухудшения экологической ситуации во многих странах развивается экологический туризм. Около 500 млн. человек в год принимают участие в этом виде туризма. На данный момент в мире уделяется большое внимание развитию экологического туризма, направленному на охрану окружающей среды и взаимодействие с ней человека посредством туризма, – сочетание путешествия с сохранением дикой среды.

Туристов привлекают мало изученные маршруты, различные уголки земли, нетронутые человеком, памятники природы. Существуют два подхода к экологическим проблемам:

Антропоцентрический – согласно этому подходу правила устанавливает человек.

Биоцентрический – человек как биологический вид находится под воздействием природы. В центре устойчивость живой природы биосферы, а не человек со своими знаниями.

Экологический туризм – это целевые поездки к местам относительно не тронутой природы и хорошо сохранившимся культурно-историческим наследием. Эти поездки не наносят ущерб природе, создают условия, при которых используются природные ресурсы, и являются благоприятным фактором для местного населения. Особенность экологического туризма – он не носит массового характера, являясь мелкомасштабным туризмом в основном в развитых странах. Условия функционирования рынка экологического туризма:

- обеспечение транспортной доступности;
- наличие уникальных и привлекательных объектов;
- проведение разумной ценовой политики;
- хорошая комфортная организация поездок.

Экологический туризм – это прогулки по национальным паркам, зеленым насаждениям с целью добровольной помощи по охране природы или прогулки с целью рекреации. Основные организации и методические принципы участия туристов в природоохранных мероприятиях экологического туризма достаточно разнообразны, это:

- Комплексность задач при организации путешествий подразумевает наличие нескольких целей такой работы, ее многоплановость и получение полезных результатов в нескольких направлениях: охране и восстановлении природных ресурсов, повышение оздоровительной и эстетической ценности туристских земель, расширение и углубление естественнонаучных знаний.

- Совмещение работ – природоохранные мероприятия, совмещаются с познавательными.

- Принцип обязательности участия – требует организаторской и пропагандистской работы, обеспечивающих участие в природоохранной деятельности всех категорий работников туристских хозяйств, общественного актива, туристов и экскурсантов.

- Принцип наглядности и результативности работ. Объясняется это необходимостью получения большой полезной отдачи от добровольного труда людей, а также и педагогическими соображениями.

- Гласность и поощрение участия в охране природных ресурсов.

Пропаганда природоохранных компаний, интересного опыта конкретных туристских хозяйств, общественных коллективов, туристских групп и отдельных туристов должна вестись повсеместно, в многотиражной печати трудовых коллективов, стенных газетах.

- Привлекательность – один из ведущих принципов и одновременно отличительная черта большинства природоохранных мероприятий в туризме.

Нередко именно аттрактивные элементы в формах работы по охране природы вызывают у туристов интерес и желание принять участие в них, делают их труд радостным и увлекательным, превращают его в занимательную и полезную игру. Впервые *экотуризм (ecotourism)* был представлен в Африке в 1950 году, с легализацией охоты (Камуаро, 2007). Эта потребность в рекреационных зонах охоты привела к созданию заповедников, национальных парков и охотничьих угодий, которые превратились в важные приносящие огромный доход места.

Types Based on Nature	Types Based on Culture	Types Based on Education	Types Based on a Hobbies
<ul style="list-style-type: none"> • Botanical Tourism • Farm Tourism • Mountain Tourism • Nature Tourism • Air Sports Tourism • Winter / Ski Tourism • Village Tourism • Bird Watching • Water sports Tourism • Agricultural Tourism • Highland Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Dark Tourism • Ethnic Tourism • Festival Tourist • Silk Road Tourism • Faith Tourism • Cultural Tourism • Third Age Tourism • Cultural Heritage Tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Educational Tourism • Youth Tourism • Congress tourism 	<ul style="list-style-type: none"> • Shopping Tourism • Hunting Tourism • Golf Tourism • Gambling Tourism • Adventure Tourism • Cave Tourism • Rafting Tourism • Wine Tourism • Yacht Tourism

С конца 1980-х понятия *экотуризм, ответственный туризм, и устойчивое развитие* стали преобладающими. Популярность *экотуризма* отображает изменение в восприятии туристов, рост экологического сознания, и желание больше узнать об окружающей природной среде.

Экотуризм стал одним из самых быстрорастущих секторов индустрии туризма в мире и ежегодно растет на 10-15%. О значении *экотуризма* свидетельствует тот факт, что в 2002 году ООН, обладающая огромным потенциалом по защите окружающей среды, отметила «*Международный год экотуризма*». В многообразии видов туристической деятельности, на пути от *традиционного туризма* к *экотуризму* возникает много разногласий относительно предела, на котором сохранение биоразнообразия, местных социально-экономических благ и экологических последствия, могут рассматриваться как «*экотуризм*».

По этой причине, специалисты по охране окружающей среды, специальные группы по интересам и правительства определяют *экотуризм* по-разному.

Экологические организации, как правило, настаивают на том, что *экотуризм* является природно-ориентированным, устойчиво управляемым, поддерживающим сохранность природы и экологически образованным. Туристическая индустрия и правительства, больше внимания уделяют производственному аспекту, рассматривая *экотуризм* наравне с любым другим видом туризма, который связан с природой. Дополнительные сложности возникают в связи с тем, что под рубрикой *экотуризма* используется множество терминов.

В идеале, *экологический туризм* удовлетворяет целому ряду критериев, включая

- сохранение биологического и культурного разнообразия в рамках защиты экосистем;
- поощрение устойчивого использования биоразнообразия;
- совместное использование социально-экономических выгод с местными общинами на основе осознанного согласия и участия;
- повышение экологических и культурологических знаний;

- уменьшение объемов и производства отходов;
- минимизации его собственного воздействия на окружающую среду.

Вот несколько определений наилучшим образом раскрывающих суть *экотуризма*.

Экотуризм – это *природо-ориентированный туризм*, включающий образование и просвещение в области окружающей природной среды и управляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости.

Экологический туризм – это целенаправленные путешествия в природные территории с целью понимания местной культуры и истории развития природной среды, которые не нарушают целостность экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей». Международный Союз Охраны Природы (МСОП) под экологическим туризмом понимает «путешествие с ответственностью перед окружающей средой по ненарушенным природным территориям с целью изучения & наслаждения природой & культурными аспектами, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности».

«**Экотуризм** – это устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация».

Устойчивость в туризме подразумевает положительный общий баланс экологических, социально-культурных, и экономических воздействий туризма, положительное воздействие посетителей друг на друга. *Природный, мягкий, зеленый, биологический, экологически ответственный туризм*, термины, которые используются в литературе и маркетинге, не являясь необходимыми синонимами *экотуризма*. Терминологические проблемы являются предметом общественных дискуссий и из-за «*greenwashing*», – тенденции к коммерциализации туризма и применению рекламных и маркетинговых схем маскирующих реальное отношение корпораций к проблемам окружающей среды под устойчивый, природно-ориентированный *экологический туризм*.

Природный туризм (*nature tourism, nature-based or nature-oriented tourism*) – любые *виды туризма*, зависящие от использования природных ресурсов в их относительно неизменном состоянии, включая ландшафты, рельеф, воды, растительность и диких животных.

Из определения следует, что понятие «*природный туризм*» основывается лишь на мотивации туристов (*отдых на природе*), и, следовательно, не может рассматриваться как устойчивый вид туризма. (*Охота, путешествия на моторных лодках* и другие конкретные *виды туризма*, воздействие которых различно). Разновидностью *природного туризма* является **биотуризм** (*wildlife tourism*) и **путешествия в дикую природу** (*wilderness travel*), целью которых являются объекты живой природы, от отдельных видов до сообществ и биоценозов.

Зеленый туризм (*green tourism*) подразумевает применение в туристической индустрии экологических методов и технологий. В немецкоязычных странах прилагательное «*экологический*» употребляется весьма редко, широко используется термин «**мягкий туризм**» (*Sanfter Tourismus*), или «экологический и социально ответственный туризм».

Этот термин, как альтернативу индустриализованному *массовому туризму*, предложил в 1980 году Р. Юнк. Обычно *мягкий туризм* противопоставляется *жесткому*, главной целью которого является максимизация прибыли. Для *мягкого туризма* приоритетны не только успешный бизнес, но и забота о культурном благополучии *туристических регионов*, щадящее использование их ресурсов, минимизация ущерба *окружающей среде*.

Зеленый сельский туризм (*green rural tourism*), **агротуризм** (*agrotourism, farm tourism*), особенно популярный в США и странах Западной Европы, – *отдых в сельской местности* (деревнях, на хуторах, удобных крестьянских домах). *Туристы* некоторое время ведут *сельский образ жизни* среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

Приключенческий туризм (*adventure tourism*) также часто связывают с *экотуризмом*.

Однако, не все *приключенческие туры* соответствуют *экологическим критериям*.

Антиэкологичными могут быть спортивные и сафари-туры, сопряженные с добычей живых трофеев или достижением спортивного результата любой ценой (использованием срубленных живых деревьев для сооружения переправ). Экологический туризм не всегда подразумевает *приключенческие* элементы.

Украина с ее природными богатствами, уникальными ландшафтно-климатическими условиями и выгодным географическим расположением имеет исключительно благоприятные условия для развития *экологического туризма* и *сельского зеленого туризма*. Большую роль в развитии и определении сельского туризма сыграли отчеты Европейской Комиссии по региональному и сельскому развитию – два направления в определении сельского туризма:

- процент дохода, остающийся местному населению от пребывания туристов;
- сельская культура – определяющий компонент туристического продукта.

Принимая второй подход за основу исследования, будем считать, что в зависимости от особенностей компонентов туристического продукта, данный вид туризма будет называться природным, агро-, эко-, фермерским. Университет Пудрдью, США, определяет *агротуризм* как сельскохозяйственный туризм и классифицирует как деятельность, проводимая фермерами для оказания услуг по отдыху или обучению населения, для сбыта сельскохозяйственной продукции и получения дополнительного заработка. Европейская организация *Euroter* определяет *сельский туризм* как туризм, поддерживающий развитие аграрных регионов, сохранение культурного наследия и экологии села, возрождение местных традиций и продуктов.

Такой вид туризма характеризуется региональной идентификацией и удовлетворяет потребности туристов в размещении, питании, досуговой деятельности, и других услугах, способствующих устойчивому развитию социальной сферы села.



Согласно Дж. У. Клоце *сельский туризм* – это понятие, включающее в себя всю туристическую деятельность, развивающуюся в сельской среде.

Альтернативное определение привел П. Нистуреану: «*Сельский туризм – это понятие, которое включает в себя туристическую деятельность, организованную и управляемую местным населением, основанное на тесной связи с окружающей средой: естественной и антропогенной*». Согласно Д. Матей, *сельский туризм* представляет собой набор действий и услуг, предлагаемые местными фермерами и крестьянами для привлечения туристов в их местность, с целью получения дополнительной прибыли от данного вида деятельности.

Сельский туризм дает возможность каждому туристу не только отдохнуть на лоне природы, но и проникнуться в традиции и обычаи местного населения.

Сельский туризм – это форма туризма, разворачивающаяся в сельской местности, и предусматривающая изучение местных туристских ресурсов, участие туристов в различных традиционных мероприятиях, размещение и организованное питание туристов в специфических туристических структурах: агротуристические пансионаты, крестьянские хозяйства и т.д.

Основываясь на региональных особенностях проявления туризма и условиях его развития, полагаем, что сельский туризм – это вид деятельности, организуемый в сельской местности.

При этом создаются и предоставляются для гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков.

Он ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта. Понятия сельского, деревенского и агротуризма синонимичны.

Такой подход позволит нам избежать путаницы при практической реализации концепции сельского туризма, которая в современных условиях имеет ряд родственных и взаимосвязанных понятий и проявлений – «сходящих» по воздействию на среду и местное сообщество и близких по мотивации – видов туризма (сельский, фермерский, деревенский, спортивный, кулинарный, приключенческий, экстремальный) нередко объединяющихся в единую сферу *эко-агротуризма*.

Не смотря на то, что сельский туризм – новое явление, история развития как вида туризма началась в Западной Европе в 60-х и 70-х годах прошлого века.

Территориально оно концентрировалось в преимущественно сельскохозяйственных районах Франции, Италии, Германии. Основной задачей такого туризма – сохранение сельских поселений через возрождение ремесел и повышение предпринимательской активности.

Социальная составляющая сельского туризма заключается в обеспечении занятости сельского населения в сфере услуг на селе.



Положительное развитие данного направления можно рассматривать как путь социального развития депрессивных сельских районов, позволяющий остановить деградацию сельской местности, страдающей от постоянного оттока населения по причине отсутствия работы.

Услуги, предоставляемые в рамках программ сельского туризма, включают в себя:

- проживание в уютных частных усадьбах;
- питание на заказ из экологически чистых продуктов;
- знакомство с историей края;
- походы за грибами и ягодами;
- участие в народных обрядах;
- катание на лодках и лошадях.

Некоторые разработчики туристских продуктов выделяют в качестве самостоятельного такой вид туристических путешествий, как *фольклорные туры*, целью которых является знакомство с устным народным творчеством в местах её бытования.

Экскурсионные программы этих туров включают посещение этнографических музеев, концертов фольклорных коллективов, фольклорных фестивалей, массовое празднований народных праздников с сохранившимися аутентичными обрядами.

Отличительная особенность фольклорных анимационных программ заключается в реализации их в естественных природных условиях. Классификация сельского туризма:

- Агротуризм (сбор урожая).
- Туризм пребывания («пожить в деревне»).
- Гастрономические туры (традиционные блюда и напитки).
- Спортивный туризм (пешие, конные, велосипедные прогулки).
- Общинный экотуризм (туризм экосообщества).
- Этнографический туризм (знакомство с местными традициями).

На сегодняшний день, сельский туризм – один из наиболее перспективных видов туризма, имеющий положительное влияние на устойчивое развитие территории и получение экономической выгоды. Во Франции каждый третий турист – это сельский турист, в Великобритании 10% предпринимателей, ведущих бизнес в сельской местности, предлагают услуги в сфере сельского туризма, в Германии 4%. На сегодняшний день сложились несколько национальных европейских моделей организации сельского туризма: *британская, французская, германская, итальянская, чешская, испанская, польская и латвийская модель.*

Характерными чертами *британской модели* являются системы размещения, как контакт с семьей фермера, так и возможность самостоятельного обслуживания, ввиду развитой культуры верховой езды, частые практики общения с животными, поездки. Британская модель включает элементы познавательного и экологического туризма.

Французская модель включает разнообразные формы классического сельского туризма, изменяющиеся в зависимости от близости к морю. Модель предполагает больший уклон в сторону гастрономического и винного туризма. Формы размещения туристов в меньшей степени предполагают проживание с фермером; туристы размещаются в коттеджах.

Для *немецкой модели*, по сравнению с французской, очень характерно проживание и питание в доме фермера. Сельский туризм тяготеет к фермерскому, непосредственной работе в полях или в огороде. Событийный туризм тоже необходимо отнести, в рамках данной модели, к сельскому, ввиду поездок жителей в сельскую местность в период проведения фестивалей.

Итальянская модель делится на три основных направления по специфике предоставления услуг. Это совмещения типичного отдыха в сельской местности с восстановлением здоровья (экотуризм), изучением гастрономии и продуктов местного производства, отличающиеся ввиду их территориальной расположенности, занятия спортом. Размещение туристов происходит в апартаментах и комнатах. Иногда встречаются палаточные городки.

Чешская сельская местность привлекает отдыхом в известных винодельческих регионах и регионах, граничащих с заповедными территориями. Для Чехии это сравнительно недавний вид отдыха в селе, предприниматели склонны рассматривать его как возможность диверсифицировать свой агробизнес. Самый распространенный вид туризма сочетает посещение конных ферм и погружение в аутентичный сельский образ жизни.

Испанская модель – одна из самых наиболее развитых. Распространен отдых в деревне, отдых на ферме, знакомство с бытом, гастрономией, уход за животными.

Польская модель отличается четким разграничением хозяйств, принимающих туристов на те, для которых это единственный бизнес, и те, которые рассматривают туристическую деятельность как источник дополнительного дохода. Средства размещения разнятся в стоимости и качестве предоставляемых услуг. В *Латвии* сельский туризм – вид отдыха, предполагающий нахождение туриста в сельской местности с численностью местных жителей до 5000 и предоставлении ему услуг с погружением в быт, образ жизни и традиции фермера.

Особенность понимания сельского туризма в Латвии – он должен трудоустраивать и приносить доход тем людям, которые проживают непосредственно в той местности, куда приехали туристы. Это позволяет рассматривать латвийскую модель сельского туризма как инструмент развития территории, а не только как вид туризма. Размещение – до 20 койко-мест, при этом количество мест для туристов – до 50% от мест постоянного проживания.

Проведение выездных мероприятий и прием массового туриста, согласно критериям латвийской модели, нельзя считать сельским туризмом. К не рекомендованным видам отдыха относятся активные виды спорта, гольф, палаточные площадки, лыжный спорт.

Поддерживается высокий уровень местной кооперации, сотрудничество для достижения общего эффекта, в том числе экономического. В Литве базовыми единицами агротуризма являются сельские коттеджи, позволяющие разместить до 8 человек в отдельных двухместных комнатах. Это позволяет туристу получить полный гостиничный сервис, но при этом чувствовать домашний уют, в связи с чем отдых становится особенно привлекательным.

Исходя из характеристик мировых моделей сельского туризма, ясно, что развитие туризма в сельских регионах – это инструмент перераспределительной модели для сокращения разрыва между наиболее отсталыми сельскими районами и другими отраслями экономики:

- сельские районы рассматриваются как слаборазвитые, структурно отстающие от развития городских из-за неблагоприятных природных и социально-экономических факторов;
- потребность развития, применяемая в этой модели, требует диверсификации доходов сельскохозяйственных предприятий, поскольку сельское хозяйство является основной отраслью производства в этих районах. Данная модель признает, что сельское хозяйство не может быть единственным рычагом, с помощью которого можно преодолеть разрыв между этими районами и остальной экономикой. Принимая во внимание тот факт, что на 56% жителей Европейского Союза проживают в сельской местности - 91% территории, необходимо обратить внимание на сбалансирование уровня развития урбанистических и сельских территорий. Под сельской местностью принято понимать территорию с населением не более 5000 и с плотностью не более 300 чел. на 1 км².

В период глобальных изменений потребительского поведения и фокусировки на ценностях устойчивого развития, сельский туризм выступает инструментом сглаживания разницы между более развитыми урбанизированными регионами и менее развитыми сельскохозяйственными.

Основная идея сельского туризма – персонализированный подход по предоставлению услуг размещения, проживания, питания в сельской местности, знакомство с образом жизни, культурой, бытом. На территории Европейского Союза сельский туризм получил широкое развитие и является одним из наиболее привлекательных видов отдыха. Однако, фермеры в менее развитых странах ЕС, используют туризм как инструмент диверсификации агробизнеса, а не как основной источник дохода.

Сельский туризм, основанный на принципах устойчивого развития, в совокупности с грамотным маркетингом и широкой кооперацией позволит получить долгосрочный экономический и социальный эффект в рамках заданной территории. Мировой опыт показывает, что развитие сельского туризма рассматривается как деятельность, альтернативная сельскому хозяйству.

Сельское хозяйство не может сегодня предложить пути существенного улучшения ситуации на селе, и поэтому именно сельский туризм, учитывая перспективы его развития, может обеспечить определенную экономическую стабильность. Именно сельский туризм предлагает современному туристическому рынку новый вид деятельности – экономической по форме, рекреационной, экологической по сущности, социальной по направлению. Удачное ведение и постепенное развитие сельского туризма обуславливают вложение средств в развитие сельской инфраструктуры, транспорта, связи, торговли, коммунального хозяйства.

Начиная с 70-х годов в европейских странах наблюдается существенная активизация развития сельского туризма. Среди основных причин выделяют следующие.

Сложная экономическая ситуация в аграрной сфере большинства стран Европы обусловила поиск новых, «вне аграрных» сфер занятости сельских жителей.

Именно в этот период на фоне своеобразного туристического бума и существенной коммерциализации массового туризма возросла популярность альтернативного туризма, пропагандирующего активный отдых в чистой природной среде и в окружении местного населения.

Все национальные организации сельского туризма стран в конце 1990-х годов объединились в Европейскую Федерацию Фермерского и Сельского Туризма (Euro Gites).

Основной целью федерации является всесторонняя популяризация отдыха в сельской местности, изучение и сохранение потенциала сельского туризма в Европе, содействие развитию зеленого туризма в аграрных районах, целевое инвестирование проектов развития сельского туризма, пропагандирующее сохранение биотического, ландшафтного и этнокультурного многообразия, предоставление консультативной, рекламной, учебно-тренинговой помощи организаторам туризма.

В начале XXI века большинство сельских регионов Европы успешно преодолело наибольшие препятствия на пути развития туризма в сельской местности: транспортную удаленность очагов отдыха и рекреационное обустройство. Сельский туризм в большинстве стран ЕС (Франции, Испании, Италии, Австрии, Германии, Польши) – неотъемлемая часть комплексного социально-экономического развития села и обосновывает необходимость использования потенциала сельского туризма для расширения сферы занятости сельского населения и совершенствование инфраструктуры экономического развития сельских местностей.

Стимулирование развития малого предпринимательства в сельской местности «осовременило» ночлежную базу и приблизило стандарты сельского гостеприимства к общепринятым «городским» стандартам гостиничного бизнеса.

Как свидетельствует мировой опыт, реализация программ развития сельского туризма способствует решению ряда актуальных социально-экономических проблем, а именно:

- Создание дополнительных возможностей для сельских общин по улучшению финансового состояния, аккумулирования средств и направление их на реализацию местных социальных проектов.
- Создание рабочих мест для местного населения как в туристической индустрии, так и в родственных областях.
- Содействие развитию малого и среднего бизнеса в сельских регионах страны.
- Стимулирование развития валютной сферы деятельности.
- Инвестирование рационального использования туристических ресурсов, сохранение природных территорий.
- Создание и продвижение на рынке туристических услуг материально доступных для рядового жителя города «сельских агротуров».
- Расширение перечня индивидуализированных активных видов отдыха.
- Приближение городского жителя к истокам народной культуры.
- Активизация создания современных средств размещения туристов в сельской местности и формирование культуры обслуживания туристов.
- Актуализация краеведческо-поисковой работы и содействие разработке новых туристических маршрутов в сельской местности.
- Многие европейские страны, а именно: Польша, Италия, Испания, Литва, Латвия, Словения, Чехия, Черногория, Венгрия широко развивают сферу сельского туризма, однако, подходы к развитию данного вида туризма и его перспектив в этих странах несколько отличаются.

Сектор агротуризма очень разнообразен, в каждой стране присутствует своя специфика, еще более разнообразны конкретные агро-туристские продукты. Существуют похожие на агротуризм – и применимые в его рамках – системы приема туристов.

В *англоязычных странах* – Великобритании, США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии, и странах Скандинавии популярны пансионаты, гостевые дома или малые (семейные) гостиницы класса B&B («Bed and Breakfast» – «ночлег и завтрак»).

Малые гостиничные хозяйства используются в целях отдыха на лоне природы, в сельской местности (а не для бизнес-поездки, как эта форма задумывалась изначально).

Однако, от агротуризма систему B&B отличает то, что она не предлагает полноценный турпродукт, а лишь обеспечивает сравнительно дешевые средства размещения, не предполагая к тому же акцента на национальную специфику.

В **Германии** агротуризм рассматривается в рамках концепции «устойчивого развития» (sustainable development) сельской местности и курируется министерством сельского хозяйства.

Здесь концепция агротуризма несет большую социокультурную нагрузку: сохранение и популяризация традиционного облика деревни, «деревенской философии», традиционных навыков и ремесел. В некоторых странах агротуризм и экотуризм рассматриваются практически как синонимы в рамках одного направления туристической индустрии: *turismo rural* в **Испании** или *agrotourism* на **Кипре**. В других странах сочетание сельского и экологического туризма заложено в один тип пакета туристических услуг (**Италия** – это направление «Природа и здоровье»).

С другой стороны, во многих странах мира в пакет агротуристического продукта включаются «неэкологичные» виды досуга. Строго говоря, если пакет агротуристических услуг включает охоту, рыбалку и даже ловлю бабочек, то его нельзя относить к экологическому туризму.

Однако, ряд стран Африки, **Венгрия** и **Польша** в Европе успешно практикуют именно такое сочетание проживания в сельской местности (агротуризм) – с охотой и рыбалкой.

При ориентации на въездной (иностранец) туризм такой пакет дает большой экономический эффект. Единая универсальная концепция сельского туризма отсутствует, да и вряд ли она вообще может быть на сегодняшний день создана, так как в разных странах традиции, условия и задачи разные. Общим является лишь то, что агротуризм фактически превратился в эффективный и перспективный сектор туристической индустрии, не только в Европе, где он получил наибольшее развитие в последние два десятилетия.

В соседней Польше сельский туризм традиционно сочетается с понятием «хозяйственное гостеприимство». Государство поддерживает желающих начать деятельность в сфере сельского туризма и тех, кто уже предоставляет такие услуги отдыхающим на базе своих хозяйств. Они имеют право вести полноценные хозяйства, но при этом не быть обремененными обязательствами, которые возлагаются законодательством на остальных предпринимателей.

Такой вид подсобной деятельности имеет четкое законодательное определение:

- До услуг сельского туризма следует относить предоставление отдыхающим в аренду комнат, отдельных зданий, мест под палатки; продажа домашних блюд. Также могут предоставляться другие услуги, обусловленные пребыванием туриста в определенном хозяйстве и связанные с традиционной хозяйственной деятельностью.

- Крестьянина, который имеет право предоставлять услуги сельского туризма, считать хозяином-собственником сельского хозяйства, занимающегося сельскохозяйственной деятельностью самостоятельно, за свой счет.

Предоставление агротуристических услуг в сельском хозяйстве означает использование с этой целью земель, зданий и других средств этого хозяйства без изменения характера и нарушения их основной функции – осуществление сельскохозяйственного производства.

Определение в законодательстве Польши понятий «агротуристические услуги», «крестьянин (хозяин)», «Сельское хозяйство» четко отделяет деятельность в сфере сельского туризма от других видов туристических услуг, предоставляемых в сельской местности и отнесенных к сфере предпринимательской деятельности законодательством.

Как отмечает Е. Грущинская, на сегодня в Польше накоплен немалый опыт по категоризации (стандартизации) мест обитания сельских туристов. Это касается ночлежной базы, которая должна соответствовать санитарным нормам и гарантиям безопасного отдыха.

В Польше категоризация сельской ночлежной базы не является обязательной.

Это добровольные действия, выполняются по инициативе поставщика агротуристских услуг.

Владельцы агроусадьб сами заинтересованы в проведении категоризации ночлежной базы с целью лучшего продвижения своих услуг на туристическом рынке (система стандартизации широко рекламируется организациями сельского туризма в Польше и за рубежом) и приближения уровня услуг к международным стандартам.

Категоризацию ночлежной базы сельского туризма проводит Польская Федерация Сельского Туризма «Гостеприимные хозяйства».

ПФСТ «Гостеприимные хозяйства» различает 4 типа мест отдыха: *гостевые комнаты, жилые единицы, групповые квартиры, приусадебные туристические городки.*

Всем им может присваиваться одна из 4 категорий: стандарт (соответствует определенному перечню минимальных требований к бытовой базе).

Согласно действующим в Польше правовыми нормами, сельский туризм – это вид деятельности, которая заключается в предоставлении гостиничных услуг или предложения гостям более 5 комнат (с питанием или без), в домах, расположенных в сельской местности, а также в предоставлении туристического оборудования, организации палаточных городков и кемпингов; хозяйства от собственной сельскохозяйственной деятельности получают менее 50% своих доходов. Сельский туризм охватывает также автомобильные, велосипедные, водные или конные путешествия с пребыванием в малых сельских гостиницах, пансионатах, кемпингах, лесных хозяйствах или в частных усадьбах.

Весьма интересным является также польский опыт организации так называемого «сентиментального туризма», ориентированного на удовлетворение потребностей как своих соотечественников, так и зарубежных потребителей туристских услуг. В бывших немецких селах западной Польше сегодня часто можно встретить немецкие названия указателей, а в местных ресторанах и кафе – блюда немецкой и польской кухни, названия которых подаются в меню на немецком языке.



В Польше впервые был проведен мировой чемпионат по кошению. В Национальном парке предлагается услуга «черный аист»: туристу выдается защитная накидка и бинокль, что дает возможность наблюдать за редкой птицей с относительной близости. Такая экологическая услуга пользуется большой популярностью – люди тянутся к природе.

Сегодня польские специалисты все чаще высказывают свою заинтересованность в проведении совместных с украинскими коллегами исследований по формированию механизмов активизации трансграничного развития агротуризма с углубленным изучением потребностей развития сельской инфраструктуры в рамках исследовательской программы ЕС.

Несмотря на то, что услуги сельского отдыха в Италии почти вдвое выше, чем в Испании или Франции, ими ежегодно пользуются до 2 млн. человек. Это объясняется тем, что в стране агротуристический бизнес тесно переплетается с курортным, где сложилась разветвленная сеть престижных для отдыха коттеджей и пансионатов не ниже 3-звездочного уровня, имеющих всю необходимую рекреационную инфраструктуру.

В Италии развитие агротуризма стало возможным на основе развитой туристической инфраструктуры тех или иных регионов и общеизвестных территорий, например, Тосканы.

К этому добавляются: красота пейзажей, значительное количество исторических и природных достопримечательностей, хорошие вина и качественная местная кухня, которая занимает значительное место в «формуле успеха». В Италии выделяют три направления агротуризма: «природа и здоровье», «традиционная гастрономия» и «спорт».

В Болгарии есть давние традиции, и круглогодичная возможность заниматься сельским туризмом на базе сельского дома. Сегодня 70% населения Болгарии – это сельские поселения, в которых проживает 60% жителей.

Для размещения экотуристов существуют уже имеющиеся туристические комплексы, частный жилой фонд, использование естественных оздоровительных факторов, привлекательных ландшафтов, привлекательных историко-архитектурных объектов, какими богата недорогая, эффективная и доступная туристическая инфраструктура сельского туризма.

В Венгрии традиционно употребляются словосочетания: «сельское хуторское гостеприимство», «сельский туризм», «сельский аграрный туризм» и другие. Причина в том, что эта деятельность считается разновидностью работ и услуг, традиционно выполняющихся сельскими хозяевами в процессе ведения хозяйства на базе усадеб.



Общие правила относительно деятельности в сфере сельского туризма, определены в нормативных актах по ведению семейных хозяйств, без установления любых дополнительных обязанностей и ограничений в хозяйственной деятельности и для тех, кто занимается и этой деятельностью. В венгерском законодательстве регулирование отношений при осуществлении хозяйственной деятельности в семейных усадьбах, не подпадает под действие нормативных актов, которыми регулируются отношения в сфере предпринимательства и не подлежат налогообложению и личные доходы, полученные от использования для отдыха собственного жилья. При этом должны быть соблюдены следующие условия: для туристов предоставляется не более 10 койко-мест.

Годовой доход от этой деятельности не превышает 10 минимальных месячных зарплат, место постоянного проживания лица – недвижимость; жилье расположено в сельской и в хуторской местности, не отнесенной к санаторно-курортной зоне.

Предусматриваются специальные льготы, преимущества для семейных хозяйств, которые занимаются, или изъявили желание заняться деятельностью в сфере сельского туризма.

Это возможно в случае их расположения на территории сельских поселений в экономически слаборазвитых (законодательно экономически депрессивными) регионах.

Получение таких льгот и преимуществ происходит на конкурсной основе в процессе реализации специальных правительственных или ведомственных программ.

Одной из отличительных особенностей *шведской модели* является развитость и совершенство профессионального самоуправления в сфере сельского туризма.

Прием отдыхающих в сельской местности хозяевами усадеб осуществляется в рамках специальной Программы «Сельское гостеприимство», представляющей собой компани-организации с признаками общественных объединений и традиционных профессиональных цехов.

Программа «Сельский гостеприимство» охватывает следующие формы проживания отдыхающих в хозяйстве: «Самостоятельное ведение хозяйства», «Жилье и завтрак», «Кемпинг».

Отдыхающие могут занимать часть дома хозяина, иметь отдельные комнаты, или палатках на территории поместья.

В **Нидерландах** продукт сельского туризма включает размещение на ферме и дополнительные услуги: походы, велогонки или занятия конным спортом.

Интересен пример **Португалии** и других стран ЕС, где популярен так называемый «гастрономический» туризм, где потребителю предлагаются традиционные национальные продукты, в основном крестьянской кухни. Технология производства и сами продукты «защищенны», сертифицированы в системе специальных стандартов Европейского Союза.



В 2007 году Европейская Комиссия присудила звание «Лучшее европейское туристическое направление» 10 сельским туристическим местностям Европы. Награждение состоялось на Европейском Туристическом Форуме в Португалии. Появление на рынке этих новых видов услуг обусловлено многими факторами: научно техническим прогрессом, предоставляющим все новые возможности в организации поездок, урбанизацией, когда возникает желание снять стресс и абстрагироваться от жизненной рутины. При стабильном уровне дохода, позволяющем путешествовать, возникает пресыщенность от стандартных туристских программ.

Основная цель экотуризма – ознакомление туристов с природными ценностями, экологическое воспитание и образование людей.

Особенностью организации этого вида туризма является обеспечение минимального воздействия на природную среду при организации поездок, создание сети экологических гостиниц, обеспечение туристов экологически чистыми продуктами питания. Экотуризм включает посещения экологически чистых природных территорий (заповедников, заказников, ботанических садов, национальных парков), минимально измененных деятельностью человека. В рамках экотуризма можно выделить экообразовательные туры, туры в экосистемах, фотоохоту.

Агротуризм (деревенский туризм – rural tourism) включает посещение туристами сельской местности с целью отдыха и/или организации развлечений в экологически чистых районах.

Предпосылками для его развития, распространения и все большей популярности являются: растущий уровень урбанизации, доступность отдыха по невысокой цене, возможность питания экологически чистыми и полезными свежими продуктами, желание побыть на природе.

Основными мотивами для выбора отдыха по типу деревенского туризма следующее:

- отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте или в гостинице;
- устоявшийся образ жизни в сельской местности;
- необходимость оздоровления в климатических условиях, рекомендованных врачом;
- близость к природе и возможность проводить время на свежем воздухе;
- возможность питаться экологически чистыми продуктами;
- насущная необходимость в спокойной размеренной жизни;
- возможность приобщиться к другой культуре и обычаям.

Организация агротуризма обеспечивается решением следующих задач:

- создание специальных «туристских деревень»;
- формирование «сельских туров» с проживанием и питанием в деревенских домах (семьях), расположенных в экологически чистых районах.

Агротуризм «одного дня» широко распространен в Канаде и США. Люди могут приехать в сельскую местность на поля и плантации и собрать необходимое им количество фруктов или овощей. С одной стороны, это является своеобразным отдыхом и развлечением для людей из города, с другой – экономией их денежных средств (фрукты и овощи при самостоятельном сборе обойдутся намного дешевле, чем при их покупке в магазинах), а фермерам позволяет избежать денежных затрат на транспортировку и реализацию урожая.

В США молодежь перед праздником «Хэллоуин» предпочитает компанией или семьей поехать за город отдохнуть на пикнике и самим на поле выбрать понравившуюся тыкву для популярного праздника. Экзотико-приключенческий и экстремальный туризм связан с посещением экзотических мест (островов, вулканов, водопадов, пустынь) и приключенческой деятельностью (джип сафари, рафтинг, дайвинг, туры на слонах, верблюдах, воздушных шарах).

К специальным видам туризма можно также отнести такое направление, как таймшер.

Таймшер (англ. timeshare, «разделение времени») – право одного из владельцев многовладельческой собственности на использование самой собственности в отведенные ему участки времени. Чаще всего применяется на рынке недвижимости как международная система обмена отдыхом среди совладельцев курортных отелей клубного типа.

Время использования измеряется в неделях, которые сгруппированы в 3 цвета: красный (самый дорогой), белый, голубой. Немецкая терминология более точно описывает систему: «Teilzeitwohnrecht» означает «Право проживания на долю времени».

Преимущества таймшера по сравнению с отдыхом в обычном отеле:

- Возможность передать за согласованную сумму свои недели во временное пользование (аренду) маркетинговым компаниям.
- Возможность подарить свои недели или передать по наследству.
- Хороший способ для предприятий и организаций решить проблему приобретения и содержания курорта для своих сотрудников и их семей.

- Особенно выгодна система таймшера для семей с детьми.
- Экономичный способ проведения своего отпуска при обеспечении более высокого уровня комфорта и обслуживания по сравнению с традиционными видами отдыха.
- Среди плюсов клубного отдыха его преимущество для семейного и молодежного отдыха и наличие укомплектованной кухни, что позволяет экономить деньги, свободно строить свой распорядок дня по сравнению с обычными отелями.

К специальным видам туризма относятся туры, характеризующиеся признаками:

- немассовые, достаточно редкие виды туризма;
- трудоемкие по созданию конечного туристского продукта;
- капиталоемкие виды туризма;
- туры, сочетающие признаки различных видов туризма;
- новые виды туризма, обусловленные вторичными потребностями человека;
- виды туризма с использованием нетрадиционных источников финансирования.

К специальным, распространенным видам туризма, отвечающим вышеперечисленным требованиям, можно отнести следующие:

- религиозный туризм;
- деловой туризм:
 - конгрессно-выставочный туризм;
- лечебно оздоровительный туризм;
- экологический туризм;
- экстремальный туризм;
- круизный туризм.

Категории и количество специальных видов туризма не являются раз и навсегда заданными. С изменением потребностей туристов могут появляться новые специальные виды, и в то же время ряд специальных видов туризма постепенно может переходить в разряд обычных и привычных.



• Цены на таймшер контракты в 2016 году* **VipGeo.ru**

Страна	Флаг	Цена (от)	Валюта
Доминиканская Республика		от 2000	\$
Великобритания		от 2900	£
Испания		от 4000	€
Италия		от 4500	€
Германия		от 5500	€
Франция		от 6000	€
США, Флорида		от 7000	\$
США, Калифорния		от 10000	\$
США, Гавайские острова		от 15000	\$

*Срок контракта — 3 года с правом проживания от 7 до 14 дней в году.

2.2. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО И ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Наряду с развлекательным, ознакомительным, оздоровительным туризмом значительное число людей привлекает познавательный туризм. Его целью является приобщение к материальным и духовным ценностям различных стран и народов.

В отличие от развлекательного познавательный туризм позволяет участникам туров глубоко ознакомиться как с целой культурой отдельных народов, так и с отдельными ее проявлениями. Познавательный туризм является выражением стремления человека расширить свой кругозор, составить представление о том, как живут другие страны и народы, каковы их достижения в науке, искусстве, технике и быте.

Стремление к познанию – и содержание, и мощный стимул человеческой деятельности.

Этот стимул проявляется уже на стадии инстинкта, заставляющего животное существо ориентироваться в окружающей среде. У человека познание становится основным способом развития и овладения силами своей собственной природы и окружающего мира. Деятельность познания состоит в том, что человек целенаправленно воспринимает факты внутреннего и внешнего мира, систематизирует их, находит закономерности, которые определяют последовательность явлений. В результате познания возникает целостная модель явления, которая позволяет человеку сознательно подходить к внешней действительности и использовать ее в своих целях.

Познание – как специфический вид деятельности человека, приводит к теоретическому осмыслению действительности, составляет содержание научной деятельности ученого.

Человек, незанимающийся профессиональной научной деятельностью, по-настоящему находит удовлетворение в своей работе и жизни только тогда, когда он может объяснить многообразие окружающих его явлений, систематизировать их и в полной мере понять.

Стремление к познанию является мощной потребностью человека. Но для того, чтобы она проявила себя достаточно глубоко и всесторонне, необходимо пробуждение этой потребности в процессе формирования человека, его воспитания и образования. Для того чтобы осуществить эту потребность, необходимы и определенные социальные условия.

Только после завершения холодной войны стал возможен массовый туризм, открывший миллионам людей культуру европейских и азиатских народов.

Познавая окружающий мир, человек соотносит культуру своего народа с культурой других народов для того, чтобы удостовериться в значимости той культурной традиции, к которой он принадлежит. Он также стремится использовать культурные достижения других народов для улучшения своего уклада жизни. Близкое знакомство с культурой других народов позволяет ему лично убедиться в достоверности тех знаний, которые он почерпнул из книг.

Книжные знания в значительной степени создают одностороннее представление о материальной и духовной культуре народов мира. Необходимо личное восприятие их образа жизни, чтобы составить об этом самое достоверное представление.

Для большинства людей смысл жизни заключается не только в достижении определенного материального благополучия и продвижения по профессиональной лестнице, но и в познании мировой культуры, в осознании себя частью глобального человечества, сравнении образа жизни и достигнутого уровня развития материальной культуры своего народа с материальной и духовной культурой других народов. Такое сравнение позволяет человеку осмыслить позитивные и отрицательные особенности своего жизненного уклада, найти возможности для полного проявления своей индивидуальности.

Приобщение к культурам и достижениям других народов является мощным стимулом развития мировой культуры. Достаточно вспомнить, что развитие арабской культуры в значительной степени опиралось на античное научное наследие, с которым арабы познакомились в ходе завоеваний стран Ближнего Востока и Византии. Знакомство русских послов с архитектурой и культовой жизнью Константинополя сыграло исключительную роль в принятии православного христианства на Руси. Многие известные путешественники оставили ценные описания образа жизни и материальной культуры различных народов. Эти труды подготовили более тесные экономические и духовные связи народов.

Получая новые впечатления об известных природных и культурных явлениях, человек удовлетворяет одну из наиболее сильных своих потребностей – потребность в познании.

В познавательном туризме человек в реальности встречается с тем, о чем он только читал или что видел по телевидению. Эта встреча с реальностью оказывается гораздо более запоминающейся и воздействующей на его воображение, чем прочитанные книги и увиденные фильмы. Новые впечатления позволяют человеку заново осмыслить свой жизненный путь, увидеть новые горизонты, получить новые стимулы для творческого самовыражения.

Познавательный туризм может быть более или менее специализирован.

В первом случае туристов привлекают известные архитектурные памятники, особенности городских ландшафтов и образа жизни наиболее известных мегаполисов.

Ознакомительные поездки в другие страны совершают десятки миллионов людей.

Нью-Йорк посещают в год более 32 млн. человек. Миллионы туристов ежегодно знакомятся с достопримечательностями Парижа, Рима, Афин, Каира, Мадрида, Сингапура, Санкт-Петербурга, Рио-де-Жанейро. Это знакомство ограничивается известными памятниками архитектуры, крупнейшими музеями, парками, природными ландшафтами, инженерными сооружениями, развлекательными комплексами, супермаркетами.

Специализированный туризм предлагает целенаправленное знакомство с отдельными проявлениями материальной и духовной культуры. Объектами, представляющими интерес для туриста, являются природные достопримечательности (животный и растительный мир, природные ландшафты), материальные памятники древнего искусства (культовые сооружения, скульптура, фрески), современный уклад жизни народов, современная архитектура и скульптура, музеи и театры, градостроительное искусство,.

Неспециализированный познавательный туризм дает участникам туров общие представления о культуре и жизненном укладе других народов. Наибольший интерес у туристов вызывают страны, достигшие высокого уровня культуры и оказавшие существенное влияние на ход мировой истории. Это страны Западной Европы, в которых интенсивно развивались экономические и социально-политические отношения, наука и искусство, техника и быт. К этим странам относятся Франция, Германия, Великобритания, Нидерланды, Италия.

Большинство туров в эти страны являются ознакомительными. Туристы узнают обо всем понемногу. Они знакомятся с наиболее известными архитектурными ансамблями, историческими местами, произведениями искусства. Другим объектом интереса являются страны, сохранившие памятники глубокой древности.

Наиболее популярен Египет с пирамидами и древними храмами. Египетские пирамиды – первое чудо в списке чудес света. Их величие и красота до сих пор поражают людей самой разной культуры и подготовленности. Не менее интересна Греция, где сохранились архитектурные памятники античного времени. Более позднее искусство – эпохи Возрождения – прекрасно представлено в Италии, настоящем музее под открытым небом. Удовлетворенность участников туров познавательного туризма будет тем выше, чем более они готовы к восприятию открывающихся перед ними культурных богатств.



Если предварительно намечена программа осмотра достопримечательностей, если турист из книг достаточно хорошо знает, что он хочет увидеть, отдача поездки будет очень высокой. Если же турист нацелен на общее знакомство с новой для него страной и культурой, то в памяти у него останутся наиболее сильные впечатления, прежде всего о быте и внешней материальной культуре. Задачей туристических агентств является подготовка туристов к турам, направленная на предварительное знакомство их с духовной и материальной культурой тех стран, в которых им предстоит побывать. Туристам следует рекомендовать делать записи об увиденных известных произведениях искусства (фиксировать имена художников, наименование произведений, известных памятников архитектуры).

Это позволит сохранить полученные впечатления на долгое время, а также в случае необходимости обратиться к специальной литературе, чтобы расширить свои знания о них.

Главным звеном неспециализированного познавательного туризма является богатая экскурсионная программа. Организаторы экскурсий должны предупредить туристов о тех правилах поведения, которые следует соблюдать в общественных местах, и незнание которых может лишить туриста возможности осмотреть выдающиеся исторические памятники.

Специализированный познавательный туризм предполагает знакомство с существенным для туриста аспектом культуры. В случае специализированного познавательного туризма подготавливается специальная программа, предусматривающая осмотр музеев (собраний живописных коллекций, скульптуры, мелкой пластики, интерьеров), исторических архитектурных ансамблей, культовых памятников, инженерных сооружений или природных ландшафтов. Задача гида в одном и другом случае различна.

В первом случае он должен рассказать и показать те объекты, которые бросаются в лицо, внешне определяют своеобразие данного города или данной страны.

Здесь гид – актер и конферансье в одном лице. Он рассказывает не только о материальной культуре, но и жителях страны, их нравах и обычаях, прибегая к занимательным случаям из жизни известных людей и даже анекдотам. В другом случае от гида требуются более специальные знания отдельных видов искусств – собраний крупнейших художественных музеев или планировки известных архитектурных ансамблей.

Паломничество – путешествие к известным культовым местам с целью поклонения и участия в религиозных церемониях. Паломничество – древнейший вид культовых действий.

Паломничество нацелено на участие в религиозных обрядах, совершаемых в наиболее известных культовых святынях (храмах). В процессе паломничества совершается поклонение местам, связанным с жизнью крупнейших религиозных деятелей. Паломничество распространено практически среди последователей всех известных и современных религий. Организацией паломничества заняты религиозные организации и туристические фирмы, среди которых есть и такие, которые специально занимаются именно паломническим туризмом.



Паломнические туры



Целью паломничества является выполнение религиозного долга верующим, получение особой благодати за преодоление трудностей, препятствующих паломничеству, участие в культовых действиях, имеющих наиболее благодатный, освященный характер. Смысл паломничества определяется характером религиозного сознания.

Иногда паломничество совершается с целью получить уверенность в правильности принятого важного решения, получения исцеления (телесного и душевного), преодолеть духовный кризис или отблагодарить божество за произошедшее выздоровление.

Паломничество может иметь и политические цели, если, совершая его, политический деятель приобретает большой политический вес.

Николай II совершил в начале XX века поездку в Саров Нижегородской губернии, где находится обитель одного из наиболее почитаемых русских святых Серафима Саровского.

В июле 1903 года в торжествах прославления преподобного Серафима Саровского участвовали до 500000 паломников. Участие в торжестве российского императора укрепляло веру людей в близость самодержца к народу и возвышало его авторитет.

Непосредственным побудительным мотивом паломничества может явиться личное убеждение в необходимости приобщения к благодати и святости, пример единоверцев, религиозная норма или же совет духовного лица.

Паломничество соприкасается с познавательным туризмом, но не совпадает с ним.

Здесь знакомство с новой страной или городом строго целенаправленно и необходимо для выполнения религиозного долга верующего. Нередко паломник стремится получить новые сведения о стране или культовых объектах только с целью расширения своих религиозных представлений. Однако современное паломничество имеет и существенный познавательный аспект. Организацией различных видов паломничеств заняты туристические фирмы.

Паломники в той или иной степени знакомятся с культовыми памятниками страны или города, а также одновременно с культурой и достопримечательностями страны в целом. Кроме того, нередко современный паломник – это человек, совершающий путешествие, чтобы только прикоснуться к религиозным святыням, увидеть места, связанные с историей крупнейших религий, но не принимать участие в культовых действиях. Здесь познавательные цели вытесняют собственно религиозные.

Как уже отмечалось, паломничество известно практически всем современным религиям.

Его история уходит в глубокую древность. Выдающиеся храмы, священные природные ландшафты (горы, рощи) Дальнего Востока, Центральной Азии, Ближнего Востока, Древней Греции привлекали к себе десятки тысяч людей. Греческие историки Геродот и Павсаний, литератор Лукиан оставили нам описания крупнейших культовых центров древности. Оракул в греческих Дельфах привлекал внимание известных людей древности, которые хотели получить пророчество в отношении своей судьбы. В настоящее время паломничество выступает в качестве важнейшего культового действия в буддизме, индуизме, сикхизме, исламе и христианстве.

Следует отметить, что одна мировая религия – ислам – рассматривает паломничество в качестве обязательного требования для каждого мусульманина. Все же паломничество в Мекку остается весьма желательным и очень почетным предприятием. Вторым по значимости местом паломничества служит Медина, город пророка, где находится его могила. Священным городом для каждого мусульманина является Иерусалим.

Кроме святых мест в Саудовской Аравии (могила пророка в Медине и Кааба в Мекке), являющихся святынями мусульман всего мира, существуют места поклонения мусульман отдельных течений. Сильны традиции паломничества и среди последователей иудаизма.

Согласно вероучению иудаизма, существует только один культовый центр для богослужения – Иерусалимский храм, который являлся объектом паломничества всех евреев древнего мира.

Сильны традиции паломничества в христианстве – католицизме и православии.

После его разрушения римскими войсками в 70-м году местом паломничества стала Стена Плача, предположительно созданная из каменных блоков древнего храма.

В течение почти 2000 эта Стена является местом оплакивания евреями былого величия Израиля, Иерусалима и его храма. Стена по сей день остается для евреев самым подлинным и весомым символом их единства в связи с исторической родиной.

В христианстве паломничество утверждается как особый вид культового поведения с IV века. Этому способствовало появление монашества и культа святых. Наиболее притягательной целью паломничества оставались Палестина, Иерусалим, где находится храм Гроба Господня (первая половина IV века). Массовым паломничество стало в эпоху средних веков. Сотни тысяч людей отправлялись на Ближний Восток, чтобы прикоснуться к христианским святыням.

По сути дела крестовые походы были направлены на освобождение христианских святынь от мусульман, для того чтобы сделать их более доступными паломникам. Поездки паломников совершались из портов Франции и Италии и были достаточно хорошо организованы. С развитием процесса секуляризации (потерей влияния церкви на общество) интенсивность паломничества стала падать, и к началу XX столетия массовое паломничество прекратилось.

В настоящее время большое значение как центры паломничества католиков имеют культовые места в Западной Европе. Величайшее место притяжения католиков – Ватикан.

Это не только культовый и административный центр мирового католицизма, но и художественный ансамбль мирового значения. Собор святого Петра и Ватиканские музеи являются выдающимися памятниками искусства Возрождения. Собор св. Петра строился около ста лет и был завершен в начале XVII столетия. Он может вмещать до 10000 человек. Здесь находится могила Св. Петра, многие памятники религиозного искусства работ выдающихся художников.

Рядом с собором находится Ватиканский дворец, местопребывание римских пап.

Сикстинская капелла дворца расписывалась такими гениями эпохи Возрождения, как Рафаэль, Микеланджело, Боттичелли, Перуджино и другими. Притягательны для католиков и национальные культовые памятники в Италии, Испании, Франции. Среди них следует отметить не только действующие католические соборы, но и аббатства, монастырские комплексы.

Всемирную известность приобрел французский город Лурд, который привлекает тысячи людей, надеющихся получить выздоровление от тяжелых недугов.

Паломничество – излюбленная форма культового служения в православии. После принятия христианства в X веке русские люди по примеру христиан Запада и Востока стали совершать посещение святынь Константинополя и Палестины. Кроме того, на Руси издревле не только крестьяне, но и представители других сословий совершали посещение самых известных национальных православных святынь – храмов, лавр (крупнейших и известнейших монастырей), монастырей. Хождения в Палестину русских паломников относят к XI веку.

Известным памятником паломничества в Палестину стали записки игумена Даниила (начало XII века) с детальным описанием христианских достопримечательностей Палестины.

Третьим зарубежным центром паломничества стала святая гора в Греции – Афон.

На горе расположен русский монастырь Св. Пантелеймона, монахи которого, несмотря на удаленность от России, пользовались большим почетом и вели разнообразную проповедническую деятельность на родине.

Паломничество в Палестину вначале осуществлялось духовными лицами, а также представителями правящего сословия. В основном оно совершалось пешком. После захвата турками Константинополя в 1453 году традиции хождений в Палестину прерываются.

Они возрождаются только в XIX столетии. Для помощи паломникам в Иерусалиме создается русская духовная миссия. В 1882 году организуется Палестинское общество, которое специально занималось отправкой русских паломников на Святую землю.



Пешее паломничество в Иерусалим



Паломничество в Иерусалим



Паломничество в Черногорию



Паломничество на Афон

Путешествие совершалось, как правило, морским путем, хотя русские крестьяне ходили в Иерусалим и пешком. Наряду с посещением Палестины и Афона приобретают значение местные национальные святыни. Хождение по монастырям становится настоящей национальной традицией.

Жесткая система экономической зависимости, централизм и бюрократия политической и общественной жизни становились причиной поисков людьми неформальных душевных отношений, правды жизни, утешения, которые искали у монахов и отшельников.

Русские люди искали в ходе паломничества избавления от серьезных недугов, освобождения от тяжкого сознания своих ошибочных поступков, стремились принести телесное и душевное облегчения своим близким. Важнейшими местами паломничества на протяжении столетий оставались Киево-Печерская и Троицко-Сергиева Лавры.

Киево-Печерская Лавра – древнейший мужской монастырь Киевской Руси. Он основан в 1051 году. Искусственно созданные монастырские пещеры были в древности жилищем монахов.

До XVI века здесь совершались захоронения монахов, многие из которых прославлены как известные мученики и святые. В XI-XII веках монастырь был крупнейшим культурным центром Древней Руси. В 1598 году монастырь получил наименование Лавры.

Троице-Сергиева Лавра – крупнейший и наиболее почитаемый паломниками русский монастырь основан около 1340 году Сергием Радонежским. Лавра является религиозным, культурным, историческим и политическим центром на протяжении столетий русской истории.

Здесь создавались летописные своды, развивались иконопись и ремесла.

Лавра становится символическим выражением целостности России, ее национального и религиозного своеобразия. Ее можно рассматривать как духовный центр складывающегося независимого Русского государства. Главная святыня Лавры – Троицкий собор, иконостас которого расписывали Андрей Рублев и Даниил Черный. Здесь находится самое известное творение Рублева – «Троица». В соборе покоятся и мощи основателя Лавры – Сергия Радонежского. Самый крупный собор Лавры – Успенский – построен в конце XVI столетия.

Организация коллективного паломничества является трудоемкой деятельностью, требующая хорошего знания обычаев страны паломничества и учета многочисленных факторов, влияющих на поведение паломников. Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть для себя и познать неизведанные края, памятники природы, культуры.

Туризм является одной из крупнейших высокодоходных отраслей экономики, катализатором социально-экономического развития. В сфере туризма занято свыше 250 млн. человек, –каждый 10-й работник в мире. Туристическая индустрия постоянно развивается и совершенствуется, предлагая все новые услуги туристам, особенно молодежи, которой уже недостаточно традиционных видов туризма, ей надоела пресыщенность комфортом, спокойным отдыхом в отелях.



Активный туризм

Возникает необходимость в создании условий для активного отдыха.

Активные виды туризма предусматривают виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта, требующие значительного физического напряжения и доступные не всем категориям туристов. Еще более выделяется в этом смысле экстремальный туризм. По словам одного из путешественников, экстремальный туризм – это верхняя планка туризма вообще. Когда уже многого достиг в преодолении трудностей и опасностей, подстерегающих туристов, появляется ощущение, что все-таки чего-то не хватает. И это значит, что пришло время переступить некую черту, которая разделяет просто туризм как вид спорта и полные риска опасные путешествия.

Существует множество видов экстремального туризма: альпинизм и горно-пешеходный туризм, спелеология, горнолыжная подготовка, подводное плавание с аквалангом (дайвинг), водные виды спорта, такие как сплав по горной реке (рафтинг), дельтапланеризм и многие другие. А теперь рассмотрим некоторые виды экстремального туризма более подробно.

Люди, занимающиеся спуском с гор на мотоциклах, называются *маунтинбайкеры*. Они специализируются на трех «горных дисциплинах»: *даунхилл* – скоростной спуск по горам через камни, почти отвесные участки на скорости 60-80 км/ч; *дуал* – гонка парами на короткой трассе с трамплинами и другими препятствиями; *кросс-кантри* – гонки по трассе длиной 20-40 км по пересеченной местности со множеством подъемов.

Кайтбординг – как вид экстремального спорта существует всего несколько лет, самой же культуре змеепуска не менее 3000 лет, и зародилась она в Китае.

Для кайтбординга используется воздушный змей, летающий на высоте 15-75 м. Человек находится на специальной доске и, ловя ветер, следует за воздушным змеем, скользит по воде.



Вес и сила практикующего не имеют значения. Воздушного змея можно сочетать с серфбордом, сноубордом, горными лыжами, роликами. *Кайтинг* привлекает людей тем, что сочетает в себе три стихии – вода, ветер и полет – величайшая мечта человечества.

Иногда экстремальные развлечения усложняют, делая их еще более экстремальными: любителей экстремального дайвинга помещают в специальную клетку и опускают на небольшую глубину, где они могут лицом к лицу встретиться с белой акулой, одной из самых хищных в мире.

Bungy jumping – знаменитая «тарзанка» (прыжок вниз головой с большой высоты), тоже была значительно усложнена. Теперь туристам предлагают прыгнуть в каньоны с высоты 30-400 метров, с низко летящих вертолетов или в жерло вулкана, правда недействующего.

Water bug – сравнительно новый вид экстрима. Спортсмен, одетый в спасательный жилет и каску, ложится на доску (что-то вроде пластмассовых санок) и бросается в бурную реку.

Движения его напоминают движения водомерки, передвигающейся по водной глади.

Спортсмен перелетает через пороги и стремнины, цепляясь за спасательную лодку.

Jetboat – это сплав по спокойным рекам на металлических лодках, оснащенных мощным мотором. Такая лодка с 10-12 туристами на борту крутится на месте, идет против течения, выписывает различные пируэты на бешеной скорости, заставляя сердца биться быстрее.

Caving (путешествие по пещерам) – перемещение в пещерах по подземным рекам и озерам на надувных плотках или каноэ. Это далеко не всегда безопасно, но очень зрелищно: подсвеченными сталактитами и сталагмитами люди любуются с воды.

Heliski – заброс на вертолете в горы и спуск по необработанным трассам.

Картинг в усложненном виде выглядит так: маленькие колеса машин заменяются на огромные шины, позволяющие преодолевать любые ямы, кочки, реки. Эти машины называются ATV – all terrain vehicle. Но самое, пожалуй, «свежее» из экстремальных развлечений - это *zorb*: огромный пластиковый шар (2 шара, один в другом), в который помещается человек. Его ноги и руки закрепляются на внутренних стенках, за пояс он также пристегивается. Затем шар толкают с горы и он летит с огромной скоростью, подпрыгивая на кочках.



Турист крутится, как космонавт на тренажере, во вращающихся и качающихся сферах.

Как ни странно, это совершенно безопасно. Для усложнения в зогб наливают еще и воду – так, чтобы турист не захлебнулся, но его вес время поливало бы водой во время качения.

После того, как первая жизненно необходимая потребность – выжить – перестала стоять перед человеком, у него появилась другая важная потребность – потребность в информации, в путешествиях. Потребность человека в получении новой информации, путешествии, как средстве получения информации, является объективным законом развития человеческого общества.

Путешествие доставляет человеку радость и отдых.

На определенном этапе развития экономики, когда потребность в путешествиях резко возросла, появились и производители таких услуг. Это привело к формированию товара особого типа – туризма. Возникновение туризма как товара потребовало формирования соответствующей материально-технической базы, наличия квалифицированных кадров по обслуживанию туристов и целенаправленного управления туристскими хозяйствующими субъектами.

Это обусловило необходимость организационного обособления туризма в самостоятельную отрасль народного хозяйства. Туризм не является товаром первой жизненной необходимости, поэтому он становится насущной потребностью человека только при определенном уровне его дохода и при определенном уровне богатства общества. Это происходит в том случае, когда туризм в стране развивается всесторонне, не превращая экономику страны в экономику услуг и развиваясь параллельно с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

Туризм непосредственно участвует в создании национального дохода страны.

По доходам от туризма, лидируют США, Испания, Франция, Италия и Великобритания.

По данным ВТО, шесть из десяти первых генерирующих стран являются европейскими.

Таблица 1.

Страна	Доход от туризма, млрд дол.	Доля от общемирового, %
США	64,373	15,21
Испания	28,428	6,72
Франция	28,241	6,67
Италия	27,349	6,46
Великобритания	20,415	4,82
Австрия	15,095	3,56
Германия	13,168	3,11
Гонконг	11,2	2,65
Китай	10,5	2,48
Швейцария	9,892	2,34
Всего в мире	423,116	100

Основные факторы, влияющие на развитие туризма, делятся на:

- статические (природно-географические, культурно-исторические);
- динамические
 - демографические,
 - социально-экономические,
 - материально-технические,
 - политические.

Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на:

- *внешние* (экзогенные): демографические и социальные изменения, экономические и финансовые факторы;

- *внутренние* (эндогенные): материально-технические, факторы туристского рынка.

Перечисленные факторы в свою очередь подразделяются на

- *экстенсивные* (рост численности работников, увеличение материальных ресурсов, строительство новых объектов туризма);

- *интенсивные* (повышение квалификации персонала, техническое совершенствование материальной базы);

- *сдерживающие* (негативные) кризисы: милитаризация экономики, рост внешней задолженности, политическая нестабильность, рост цен, забастовки, криминогенная обстановка, неблагоприятное экологическое состояние, банкротство туристских фирм.

Негативные факторы оказывают сильнейшее влияние на развитие туризма. Кризисные явления возникли главным образом во внутреннем туризме, в то время как туризм выездной продолжает развиваться. В условиях нарушения баланса между этими видами туризма из страны вывозится валюта, которая могла бы инвестироваться в развитие МТБ внутреннего туризма. Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает сезонность. В зависимости от сезона объем туристической деятельности имеет серьезные колебания. Туристские организации и учреждения предпринимают ряд мер, направленных на уменьшение сезонных спадов, введение сезонной дифференциации цен (повышенной в разгар сезона, умеренной для межсезонья и пониженной – для несезонного времени; разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50%), развитие видов туризма, не подверженных сезонным колебаниям – конгрессный, деловой и т. д.

Международный туризм развивается под влиянием множества факторов: *демографических, социальных, экономических, политических.*

Экономические факторы связаны с развитием мировой экономики, в которой наблюдается устойчивая тенденция к увеличению производства услуг по сравнению с производством товаров и, как следствие, увеличение доли потребления услуг. Сюда также относится ускорение научно-технического прогресса во всех отраслях, увеличение доходов населения. Совокупный вклад в экономику страны включает как прямой, так и косвенный вклад (воздействие). Прямое влияние туризма на экономику – это результаты расходов туриста на покупку услуг и товаров туризма.

Предприятия, к которым непосредственно поступают расходы туристов, нуждаются в покупке товаров и услугах других секторов местной экономики.

Генерированная экономическая активность, полученная из этих последовательных этапов расходования, и является воздействием. Во время прямого и косвенного расходования у местного населения накапливается доход в форме заработной платы, арендной платы и др.

Этот дополнительный доход местные жители могут расходовать на покупку отечественных товаров и услуг, создавая этим новый виток экономической активности.

Туризм как торговлю услугами на мировом рынке можно назвать невидимым экспортом.

Он вносит соответствующий вклад в платежный баланс страны. Экономический эффект от развития туризма в регионе проявляется прежде всего в создании дополнительных рабочих мест в туристской индустрии, повышении занятости населения, в стимулировании развития слабых в экономическом отношении регионов.

Становление и развитие туризма как отрасли характеризуются системой определенных экономических показателей, отражающих количественный объем реализации туристских услуг и их качественную сторону, а также экономические показатели производственно-обслуживающей деятельности туристских хозяйствующих субъектов.

Система показателей туризма включает:

- объем туристского потока;
- состояние и развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономической деятельности турфирмы;
- показатели развития международного туризма.

Туристский поток – это постоянное прибытие туристов в страну.

К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся:

- общее количество туристов;
- количество туристских дней (ночевок, койко-дней);
- средняя продолжительность пребывания туристов в стране.

Универсальность форм туристского общения позволяет давать расширенную трактовку понятия туризма как «особого рода межличностной деятельности, которая в условиях интернационализации жизни превратилась: в форму использования свободного времени, в средство межличностных связей в процессе политических, экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни». Современное определение туризма, принятое ООН, в том, что туризм – это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределы постоянного места жительства.

Туризм – это удовольствие, связанное с путешествием в целях отдыха, лечения, участия в культурных, научных или деловых встречах и т. д. Туризм как товар реализуется в форме услуг.

Услуга туризма есть действие определенной потребительской стоимости, которое выражается в полезном эффекте, удовлетворяющем ту или иную человеческую потребность.

Услуги туризма могут иметь дело с потребительским спросом (материальные, или производственные услуги) или непосредственно направляться на человека.

Тур – это комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. Кроме услуг туристы могут покупать товары туристского назначения. Совокупность таких товаров и услуг образует «туристский продукт». С точки зрения производства туристский продукт представляет собой совокупность определенного количества и качества товаров и услуг в основном рекреационного характера. По действующему законодательству, туристский продукт – право на тур, предназначенное для реализации туристу. Туристский продукт включает:

- туры, определенные по целенаправленности (познавательные, оздоровительные);
 - туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспорт);
- товары туристско-сувенирного назначения (карты, открытки, сувениры, книги, туристское снаряжение).

Под *туристским впечатлением* понимается комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта. Туристские впечатления складываются от экскурсий, посещений красивых природных ландшафтов, аттракционов, ресторанов и др.

Туристская политика государства базируется на стратегии и тактике.

Туристская стратегия определяет действия государства в области реорганизации и развития туризма. Она направлена на выработку общей концепции развития и целевых программ, для реализации которых требуются время и большие финансовые ресурсы.

Туристская тактика – это конкретные меры и приемы достижения поставленной цели в конкретных условиях. Туристской тактикой выступает создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей граждан в туристских услугах и значительный вклад в развитие экономики страны за счет увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия.

Туристская политика затрагивает временный и пространственный аспекты, представляет собой комплекс двух политик – *текущей* и *долговременной*.

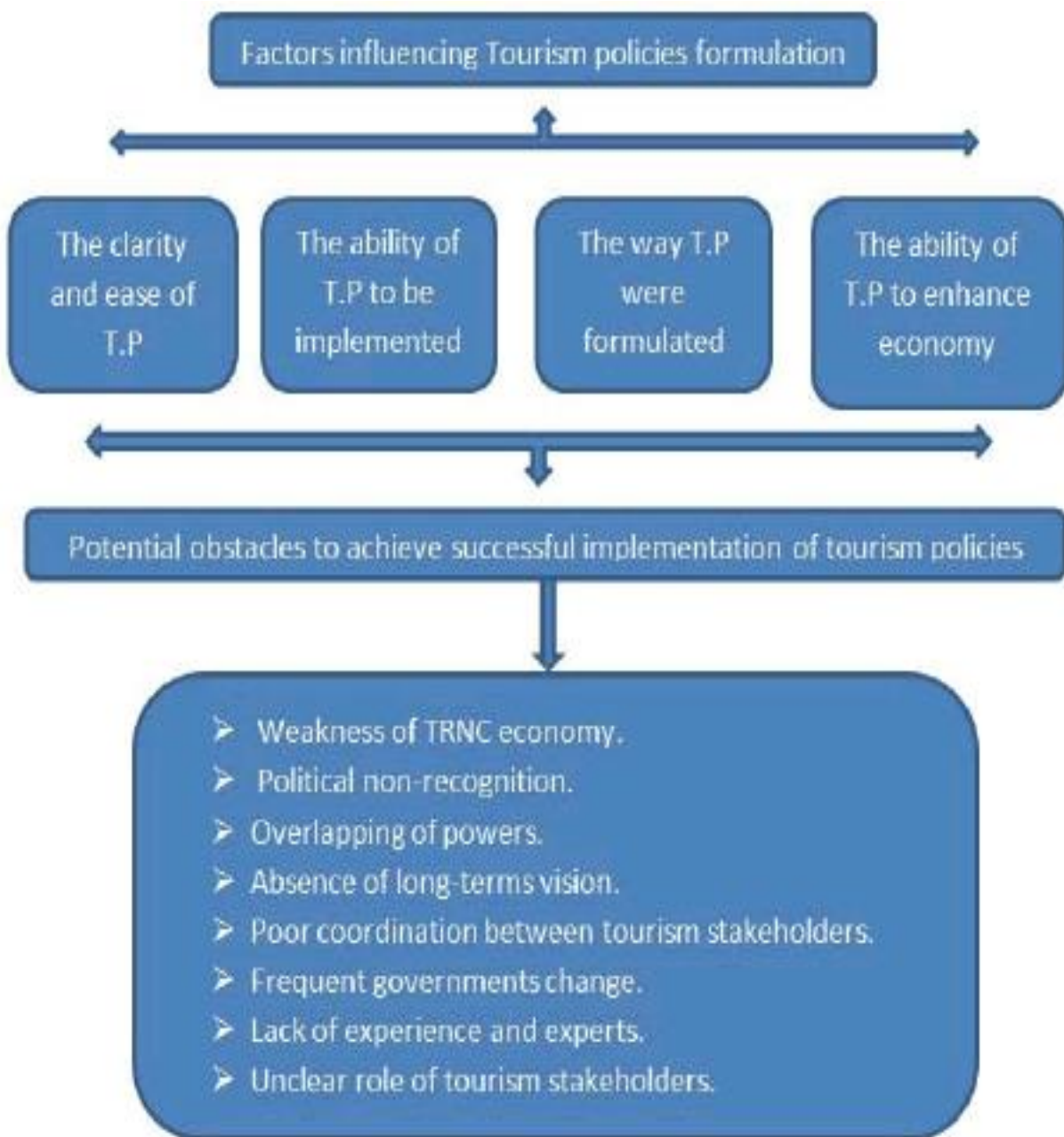
Текущая туристская политика заключается в оперативном регулировании туристского рынка. Долговременная направлена на решение крупномасштабных задач по развитию туристической индустрии, охватывает продолжительный период времени и часто затрагивает структурные изменения сферы туризма и его хозяйственного механизма в перспективе.

Туристская политика государства направлена на укрепление экономики туризма.

Экономическая эффективность туризма – это получение экономического эффекта от организации туризма в масштабах государства; туристского обслуживания региона; производственно-обслуживающего процесса туристической фирмы. Она является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями-показателями.

Проблемы эффективности туризма целесообразно рассматривать с помощью системного подхода, предполагающего установление разных критериев и показателей для разных уровней управления и определенную иерархию целей.

Проблему определения народнохозяйственного критерия эффективности туризма следует рассматривать в трех аспектах: на уровне общества (народного хозяйства в целом), отрасли, отдельной туристической фирмы. Турист как потребитель туристского продукта представляет собой объект деятельности туристических фирм. Туристский продукт находит свою оценку лишь в процессе потребления его туристом. Для правильного понимания туризма вообще, для эффективного правового регулирования международного сотрудничества государств в данной сфере отношений необходимо четко определить понятие «турист».

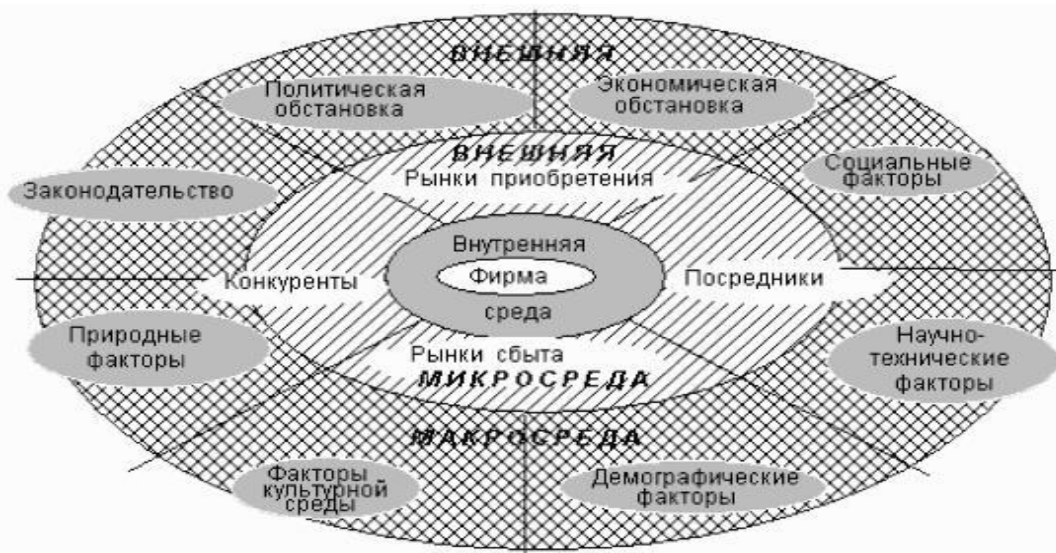


A conceptual framework illustrates factors that influence the formation & implementation of tourism policies

ООН так определила это понятие: «**Туризм** означает любое лицо независимо от его расы, пола, языка и религии, которое вступает на территорию какого-либо договаривающегося государства, кроме того государства, в котором это лицо проживает, и остается там не менее 24 часов и не более 6 месяцев с дозволенной целью (кроме цели эмигрировать), как-то: с целью туризма, развлечения, спорта или лечения, или по семейным обстоятельствам, или для учения, религиозного паломничества, или с деловыми целями».

С экономической точки зрения туристов можно разделить на следующие группы:

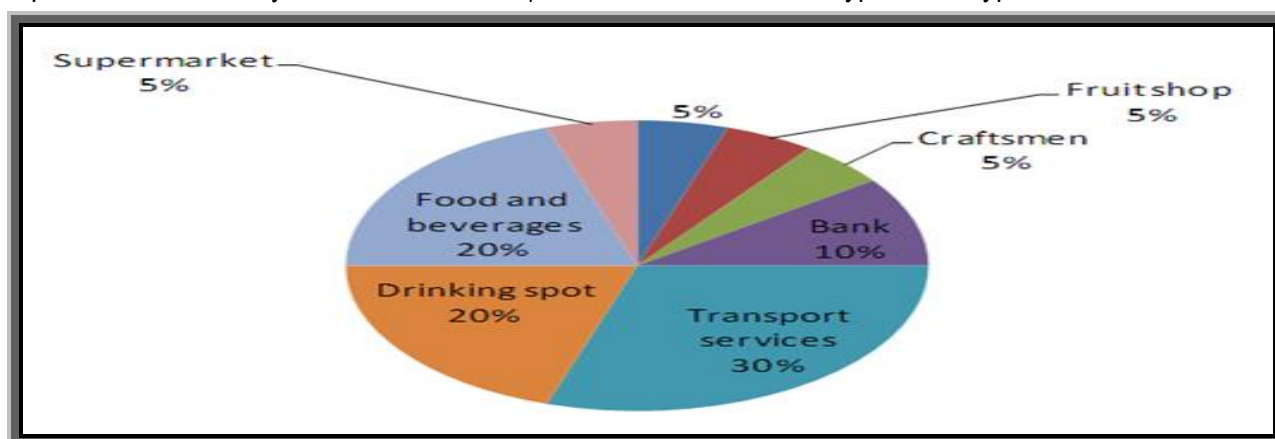
- туристы с туристскими потребностями и желанием путешествовать;
- люди с высокой покупательской способностью, спрос которых направлен на элитные и самые престижные туры, высокий уровень туристского обслуживания;
- люди с покупательским поведением, касающимся всех природных, психологических, социальных причин, заставляющих его определенным образом реагировать на рекламу.



Менеджмент в туризме

Туристическая индустрия представляет совокупность средств размещения, транспорта, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, представляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. В более широком плане туристическую индустрию можно определить как народнохозяйственный комплекс, включающий:

- пассажирский транспорт (воздушный, водный, автомобильный, железнодорожный) с его разветвленной сетью технических служб;
- различные специализированные предприятия, не имеющие ярко выраженного туристского характера, «вторичные» для туризма отрасли (транспортное машиностроение, топливная промышленность, дорожное строительство, пищевая промышленность), широкую сферу услуг, которыми пользуется турист. Услуги туристической индустрии:
 - по размещению туристов (гостиницы, мотели, кемпинги, ботели, пансионаты, санатории, туристские базы; также в частных домах, арендуемых у местного населения, палатках, домиках-прицепах, в поездах, на яхтах и т.д.);
 - по обеспечению туриста питанием (рестораны, кафе, закусочные, кафетерии, бары);
 - по перемещению туриста по стране посещения и другим странам различными видами транспорта (поездами, круизными судами, морскими, речными и авиачартерными рейсами, автобусами и др.). Развитие транспортной системы и появление специализированного туристского транспорта сделали доступными поездки туристов в зарубежные страны по затратам средств и времени. Выбор транспорта зависит от географического положения страны, ее отдаленности от страны выезда и обусловлен также социальным положением туристов и уровнем их доходов.



Benefits from tourism

Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических и духовных сил:

- бытовые услуги туристских агентов (разработка маршрутов путешествий, бронирование мест на транспорте и в гостиницах, представление информации о ресурсе, имеющихся там средствах размещения, таможенных и пограничных формальностях);
- услуги по удовлетворению деловых и научных интересов туристов (участие в конгрессах, ассамблеях, конференциях, совещаниях, семинарах, ярмарках, выставках);
- торговые предприятия, как общего, так и специального назначения (продажа подарков, сувениров, открыток и т. д.);
- контрольно-административные органы (пограничных, валютных, карантинных, полиции и служб по оформлению документов: паспортов, виз);
- службы охраны природы, исторического и культурного наследия;
- информационные службы;
- средства информации (газеты, журналы и т. д.);
- государственные туристские органы (комитеты, департаменты и т. д.);
- туристские объединения.

С экономической точки зрения, туристическая индустрия – это единый производственно-имущественный комплекс, объединяющий материально-техническую базу, сырье и рабочую силу. Туристические хозяйствующие субъекты для осуществления своей деятельности должны располагать различными средствами труда. Совокупность средств труда, функционирующих в туризме, составляет его материально-техническую базу.

Материально-техническая база (МТБ) включает сеть туристских сооружений (здания), их техническое оснащение, транспортные средства и другие основные фонды: туристская фирма (туроператоры и турагенты), гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия, пункты проката туристского снаряжения и инвентаря, бюро реализации туристских путевок, туристские клубы, станции.

Туристическая фирма – крупное туристическое предприятие, предоставляющее туристам весь комплекс услуг туризма. Она занимается разработкой туристических маршрутов, обеспечивает их функционирование, продает туры туристским агентам.

Основу материально-технической базы туризма составляет гостиничное хозяйство, так как любой туристский маршрут в первую очередь привязан к средствам размещения.

В последние десятилетия международный туризм сделал гигантский рывок, превратившись в одну из самых крупных и высокодоходных отраслей мирового хозяйства.

На его долю приходится 7% общего объема инвестиций, 5% всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Международный туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, выступая катализатором социально-экономического развития. Он обеспечивает занятость более 250 млн. человек, то есть каждого восьмого работника в мире.

При всем впечатляющем росте индустрии гостеприимства именно качественные сдвиги в туристском спросе и предложении определяли развитие международного туризма в последние десятилетия. В середине 80-х годов в туристском спросе западноевропейских государств проявились новые тенденции, обусловленные рядом факторов экономического и социального порядка, изменениями в психологии современного человека. Решающее влияние на структуру туристского потребления оказало ухудшение экономической конъюнктуры.

Кризис, охвативший индустриально развитые страны, сопровождался резким падением покупательной способности населения.

Перемены в социальной сфере, связанные с ухудшением экономической конъюнктуры, в свою очередь, сказались на характере туристского спроса. Был снижен возраст выхода на пенсию, удлинен отпускной период, сокращена рабочая неделя и введен гибкий график работы.

Эти меры, направленные на сглаживание сложившихся диспропорций на рынке труда, одновременно способствовали увеличению фонда свободного времени населения и расширению круга потенциальных потребителей туристских услуг.

Современный характер туристского спроса складывается под воздействием субъективных факторов. С появлением новых ценностей в психологии человека происходят глубокие перемены.

Они обусловлены следующими моментами:

- свободным, непосредственным самовыражением и самоутверждением личностью своих физических и духовных данных;
- пересмотром отношений с индивидуумами, социальными группами и учреждениями;
- формированием иного отношения к природе.

С увеличением объема свободного времени на фоне ухудшения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении населения обнаруживаются две главные тенденции – дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок.

В начале 80-х годов в Австрии и Великобритании свыше 20% населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10% отправлялись в путешествия три и более раз в год. Аналогичная ситуация сложилась в Италии, Германии, других развитых странах Европы.

Туры стали менее продолжительными, но более частыми. В западной литературе это явление получило название «*путешествия с интервалами*», которые пользуются спросом в течение всего года с некоторым оживлением в апреле, сентябре-октябре и феврале, помогая решить одну из самых острых проблем туристской отрасли – сгладить сезонную неравномерность в работе предприятий транспорта, размещения, общественного питания.

Другая тенденция – расширение туристского спроса пожилых людей. На первый взгляд, туризм лиц старше 55 лет может показаться парадоксом, так как выход на пенсию и обеспечивает заслуженный отдых.

Однако углубленное изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что такая проблема стоит очень остро. В отличие от занятой части населения, для которой туризм – это отдых, позволяющий отойти от повседневных забот и восстановить свою работоспособность, для пенсионеров, располагающих значительным свободным временем, турпоездка – форма активного образа жизни. Данное обстоятельство объясняет наличие туристского рынка лиц старшего возраста – «*туризм третьего возраста*».

Коренные изменения происходят в стиле отдыха. Пассивное времяпрепровождение на пляже, хотя и остается наиболее распространенной формой проведения отпуска, все в меньшей степени отвечает процессу растущей диверсификации индивидуальных запросов.

На смену «трем S» море-солнце-пляж (*Sea-Sun-Sand*) постепенно приходит формула «три L» национальные традиции-пейзаж-досуг (*Lore-Landscape-Leisure*). Она наилучшим образом соответствует новым ценностям, утверждающимся в психологии человека и получают выражение в поведении и мышлении современного туриста.

Последние десятилетия в секторе туризма были отмечены углублением специализации, нарастанием процессов концентрации производства, переходом на новые технологии.

В туризме, как и в других отраслях экономики, специализация стала важным принципом организации работы предприятий. Среди многих направлений деятельности фирма выделяет для себя главные, концентрируя на них основные усилия. Эти направления специализации соответствуют определенным сегментам туристского рынка, состоящим из групп людей с отличительными характеристиками: демографическими, психографическими, поведенческими.

По мере углубления специализации сегментация рынка становится все более и более детализированной. Компании прибегают к самым разным методикам, чтобы повысить однородность выделяемых секторов. В гостиничном хозяйстве отели все больше делают ставку на конкретные секторы рынка. Часть их специализируется на обслуживании транзитных пассажиров с низким и средним уровнями доходов. Многие отели выбирают в качестве целевого сегмента деловых туристов. Наряду со специализацией современная индустрия туризма характеризуется нарастанием процессов концентрации, централизации производства и капитала. Концентрация протекает крайне неравномерно в разных отраслях, на отдельных предприятиях, в странах.

В отличие от отраслей материального производства, где еще на рубеже XIX-XX веков доминирующее положение получили крупные предприятия, в туризме этот процесс начался сравнительно недавно, только в 70-х годах. Однако, он проходит очень бурно, охватив все секторы туристической индустрии. В сфере размещения и общественного питания сформировались гигантские гостиничные и ресторанные цепи; среди турфирм выделился ряд туроператоров, установивших контроль над основными рынками сбыта туристского продукта, а рынок воздушных перевозок оказался поделенным между ведущими авиакомпаниями мира.

Концентрация производства в туристической индустрии осуществляется двумя путями: внутренним и внешним. В первом случае укрупнение происходит в рамках отдельной хозяйствующей единицы вследствие капитализации прибыли (внутреннего роста).

Во втором случае экономическая власть у монополистического образования сосредоточивается в результате сотрудничества (кооперации) или объединения (слияния) широкого круга предприятий.

Объединение или слияние компаний может идти по трем направлениям: горизонтально, вертикально и по диагонали. Соответственно различают три вида концентрации (интеграции).

Горизонтальная концентрация имеет место при объединении предприятий, находящихся на одной ступени технологического процесса, выпускающих одинаковую продукцию или оказывающих аналогичные услуги. Компании могут сотрудничать на временной или постоянной основе, создавать новые совместные фирмы. Примером горизонтальной интеграции в туризме служит объединение отелей в гостиничные цепи.

В настоящее время туризм все более обретает глобальный характер. Становление общемирового туристского рынка сопровождается мощными процессами транснационализации, находящие выражение в международном переплетении частных капиталов, усилении связей между монополиями разных стран и в широком развитии транснациональных компаний в сфере туристского бизнеса.

Многие предприятия индустрии гостеприимства, объединяясь в крупные хозяйственные комплексы, преодолевают рамки отдельных государств и влекут за собой ломку национальных барьеров. За короткий временной интервал они превратились в заметное явление международной жизни и, словно нити, опутали мировое пространство.

Новые экономические образования, соответствующие более высокому уровню концентрации и централизации производства и капитала, способствуют утверждению и распространению международных стандартов туристского обслуживания.

Современный туристский бизнес невозможен без соответствующего информационного обеспечения. Разработка даже самого простого тура требует большого объема информации: знания расписаний и тарифов на международные или внутренние перевозки, цен на обслуживание, классности гостиничных и других туристских услуг.

Раньше эти данные фирма получала из сборника справочных материалов: собирала, хранила и использовала в своей работе. Постепенно толстые многостраничные досье замещались компьютерными информационными технологиями. За сравнительно короткий срок они прошли длинный путь развития: от автоматизации отдельных рабочих операций до создания электронных дистрибьютерных систем мирового масштаба.

Благодаря скорости передачи информации, надежности, гибкости в использовании и другим преимуществам, новые технологии позволили значительно расширить потенциал туристского рынка и обеспечили слаженную работу всех звеньев в цепи предприятий, производящих туристский продукт и доводящих его до конечного потребителя.

Компьютерные системы в туризме имеют много разновидностей. Они различаются техническими характеристиками, функциональными возможностями, а также размерами сети.

Одни из них замкнуты в границах отдельно взятого района или страны. Наряду с локальными системами электронные информационные услуги предоставляют гостиничные группы. Каждая крупная цепь отелей оснащена собственной компьютерной сетью бронирования.

Поистине мировой охват имеют глобальные компьютерные сети резервирования, объединившие внешние системы связи авиакомпаний с комплексом компьютерных сетей отелей, турагентств, фирм по прокату автомобилей и т. д. Они позволяют резервировать пакеты туристских услуг или отдельные их элементы – от авиаперелетов и размещения в отелях до билетов в театр и страховых полисов. Все существующие глобальные компьютерные системы бронирования выполняют одни и те же функции и в этом, безусловно, схожи.

Вместе с тем каждая из них имеет характерные особенности, выделяющие ее в ряду подобных сетей и позволяющие вести конкурентную борьбу на рынке информационных услуг. Наиболее известными компьютерными системами бронирования и резервирования, которые делят информационный рынок между собой, являются *Sabre*; *Amadeus*; *Worldspan* и *Galileo*.

Рост международного туристского рынка выдвигает повышенные требования к поставщикам услуг в туризме. Туристские потоки сконцентрированы в нескольких регионах земного шара, и их движение имеет в основном интрарегиональный характер.

В настоящее время наблюдаются такие пропорции: массовые или групповые туристы составляют 20-30% от общего числа лиц, путешествующих за границу; остальные 70-80% – индивидуальные туристы, которые путешествуют, как правило, в близлежащие страны.

Это соотношение меняется в пользу массового туризма по следующим причинам:

- уменьшение числа последовательных дней отпуска и увеличение частоты отпусков;
- низкая цена авиаперевозок;
- увеличение числа чартеров для удобства туристов, путешествующих группами;
- повышенная заинтересованность туроператоров в массовом туризме и доходе;
- поиск новых направлений, имеющих преимущества с экономической точки зрения;
- увеличение числа рабочих мест в массовом туризме;
- увеличение числа путешествующих на автобусах благодаря низкой цене турпакета.

Объемы путешествий с целью рекреации увеличиваются динамичнее по сравнению с объемом делового туризма.

Если в 70-х годах XX века на рынке международного туризма преобладал деловой сегмент, то в настоящее время соотношение изменилось в сторону рекреационного туризма: 60% туристов путешествуют с целью отдыха и только 40% – с деловыми целями.

Можно предположить, что в основном развитие туризма будет осуществляться за счет увеличения числа путешествующих с целью рекреации, несмотря на то, что деловой туризм будет иметь важное значение для мирового туризма в целом.

Во всех экономически развитых странах для работающих предусматриваются оплачиваемые отпуска. В развивающихся странах положение с оплачиваемыми отпусками стабилизируется.

Увеличивается продолжительность оплачиваемых отпусков.

В Японии продолжительность отпусков для многих категорий работников составляет семь недель в год. Это дает возможность увеличивать время, проведенное в отпусках за рубежом, совершать длительные путешествия.

К началу XXI века наметилась тенденция к увеличению продолжительности пребывания во время международных путешествий и увеличению количества путешествий, совершаемых в течение года. Увеличение продолжительности пребывания происходит в основном за счет числа туристов пожилого возраста, пенсионеров, особенно из тех стран, где пенсии составляют значительные суммы и уровень пенсии достаточен для того, чтобы совершать заграничные путешествия. В то же время в мировом туризме отмечается рост количества краткосрочных поездок на выходные дни или на две-три ночевки. Это происходит за счет молодых туристов, стремящихся вырваться в путешествие на несколько дней, чтобы не допускать длительных перерывов в работе.

Туроператоры проявляют интерес к путешествиям старшей возрастной группы населения (третий возраст). Эта категория потребителей имеет больше времени, больше денег. У них уже взрослые дети. Они верны своим привязанностям, едут в знакомые места, не хотят экспериментировать. Они теснее привязываются к определенному месту проживания, знают всех служащих в гостинице. Наблюдается возрастание требовательности клиентов к сервису.

Это особенно проявляется по мере того, как туристы все больше путешествуют и все больше узнают о современном сервисе. Чем больше туристы путешествуют, тем большего комфорта они хотят. Они могут сравнивать уровень предоставляемого сервиса, часто что-то критикуют, требуют рекламаций.

Отмечается рост мобильности населения. У многих есть автомобили, они легко снимаются с места и путешествуют. Увеличились туристские расходы, путешествующие стали больше тратить денег во время поездок. Теперь пользуются популярностью нетрадиционные средства размещения, горные шале, охотничьи домики, бунгало и др.

Туристский продукт становится все более изощренным. Создаются новые гастрономические концепции. Много внимания обращается на мелочи и на то, что не имеет прямого отношения к средствам размещения или экскурсиям.

Туроператоры испытывают сильную конкуренцию со стороны авиакомпаний, которые стали продавать собственные туры, комбинируя авиабилет с услугами прямых поставщиков туров (гостиниц, экскурсионных бюро и др.). Более низкие авиатарифы для собственных туров позволяют авиакомпаниям предлагать туры по более выгодным ценам.

Это может несколько ослабить позиции туроператоров на рынке и сократить их долю продаж. Положение туроператоров также может быть ослаблено в связи с тем, что потребительские вкусы меняются в сторону большей независимости и индивидуальных путешествий в отличие от групповых массовых туров.

Процесс глобализации туристских услуг ведет к серьезному увеличению объемов информации, которую необходимо собирать, обновлять, структурировать и пересылать.

Новинкой туристской индустрии конца 90-х годов стало путешествие без турдокументов благодаря их электронной версии, помещаемой в КСБ в виде персонального файла. Теперь путешественник может получить посадочный билет на самолет, всего лишь предъявив удостоверение личности.

Широкое использование всемирной компьютерной сети Интернет оказывает самое мощное воздействие на системы дистрибуции в туризме.

В настоящее время ее можно рассматривать и как дистрибутивный канал, и как дополнительный информационный ресурс дистрибутивной системы. Величайшим достижением Интернет является возможность предоставить глобальный доступ к турпродукту с гораздо меньшими затратами по сравнению с традиционными системами дистрибуции.

Специфической особенностью туристической деятельности является симбиотический характер существования двух типов экономически самостоятельных субъектов – турагентов и туроператоров, принципиально различающихся по характеру деятельности, инвестиционной привлекательности и действующих на рынках различных конкурентных структур.

Деятельность туроператоров существенно зависит от поставщиков услуг размещения, питания и транспорта. Вследствие этого по мере роста привлекательности туристского рынка для бизнеса увеличивается стремление к концентрации и укрупнению туристских предприятий.

К числу значимых современных тенденций развития туристского бизнеса относятся слияния и поглощения. В специальной литературе подобная деятельность называется одним термином – слияние (*mergers*), под которой понимается такой процесс, в ходе которого из нескольких компаний образуется одна.

Однако, юридическая наука и бухгалтерский учет требуют дробления данной категории на процедуры по слиянию (*mergers*) и поглощению (*acquisitions*). Отличительной чертой сделки слияния компаний является то, что акционеры «приобретаемой» компании после объединения сохраняют свои права на акции, но уже нового, объединенного акционерного общества.

Процедуру поглощения отличает то, что здесь приобретающая (поглощающая) компания выкупает у акционеров приобретаемой (поглощаемой) компании все или большую часть акций.

Акционеры поглощаемой компании теряют свои права на долю в капитале новой объединенной компании.

По данным Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОСЭР) в течение 90-х годов XX века произошли значительные изменения в отраслевой структуре стратегических альянсов. Их удельный вес в обрабатывающей промышленности снизился с 55% в 1990 годах до 18% в 2000 годах, а в сфере услуг их доля за этот период повысилась с 32% до 80%.

Процессы слияний и поглощений в сфере туризма весьма характерны для международного туристского рынка. В ходе этих процессов возникают гигантские гостиничные и ресторанные цепи, появляются туроператоры, контролирующие целые туристские регионы и сегменты рынка, авиакомпании, поделившие мировые объемы пассажирских и грузовых перевозок.

Одна из наиболее известных английских туристских фирм, функционирующих в режиме on-line, *Lastminute.com* в феврале 2005 года заявила о слиянии с туристической компанией *Thomas Cook*, являющейся одной из наиболее известных в Англии. Вместе с этим, в августе 2004 году *Lastminute* приобрела крупного французского туроператора *Degriftour*.

Одновременно с этим в туристский бизнес вкладывают свои капиталы торговые, транспортные, финансовые, промышленные компании, что приводит к образованию холдинговых корпораций и способствует дальнейшему развитию туризма.

Межотраслевые слияния весьма характерны для такой полиотраслевой сферы деятельности, как туризм. Все теснее переплетаются туристский и авиационный бизнес. Одним из крупных организаторов туристско-авиационных групп стал немецкий банк *West-Deutsche Landesbank*, владелец известной туристической сети *Thomas Cook*.

Американская туристическая компания *Carlson* и *West-Deutsche Landesbank* объявили о совместном создании третьей по величине туристической и чартерной компании в Великобритании, контролирующей 16-20% британского туристского рынка. Это стало возможным благодаря тому, что *Thomas Cook* приобрела чартерные авиакомпании *Airworld* и *Flying Colours*, сливающиеся с авиакомпаниями *Caledonian Airways* и *Peach Air*, входящими в *Carlson*.

Следует заметить, что *West-deutsche Landesbank* также является крупным акционером еще нескольких туроператоров: *LTU* и *HapagLloyd/TUI*, одного из ведущих участников немецкого туристского рынка *SAirGroup*. Слияния, поглощения и интеграции, реализуемые в различных организационно-экономических формах функционирования туристского бизнеса, позволяет реализовывать три комплекса целей:

- выживания, – активной адаптации к неблагоприятной рыночной ситуации;
- рутинного функционирования, – выполнения комплекса работ в туристском бизнесе;
- развития, – завоевания новых рынков сбыта продуктов и услуг.

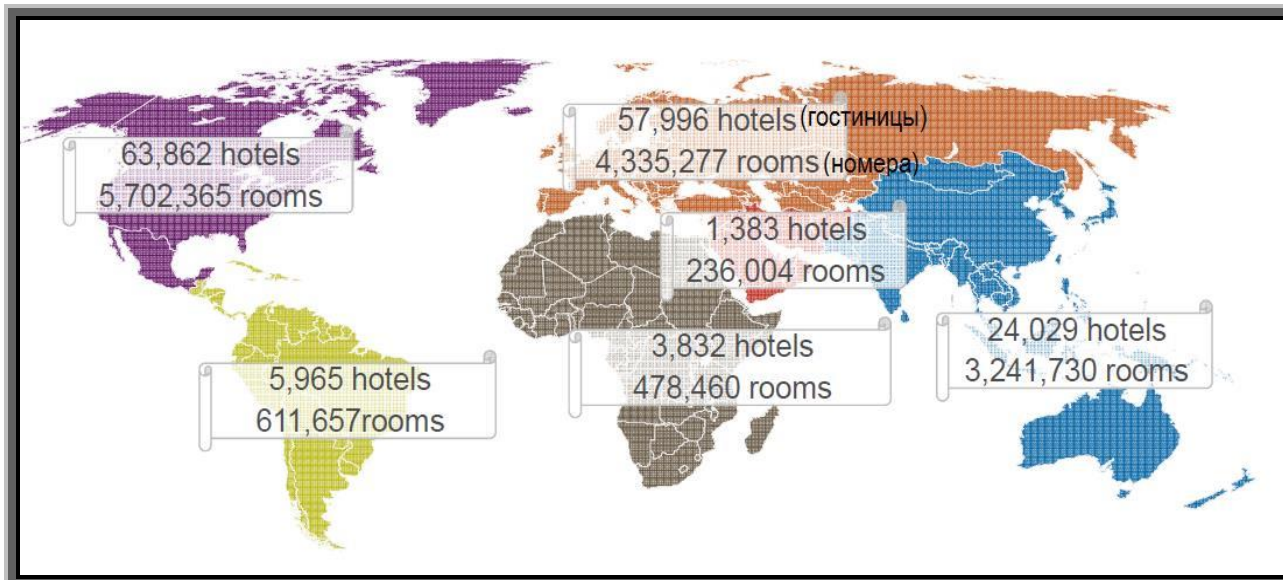
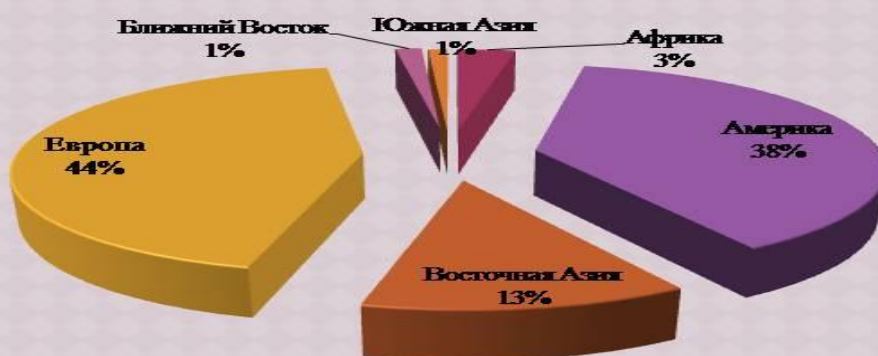
Холдинг, как форма организации финансово-промышленной группы, предполагает наличие материнской и дочерних компаний, где первая владеет вторыми.

Такая группа создается путем поглощения (скупки) или создания новых зависимых по собственности предприятий.

Туристские фирмы, включенные в банкостраховые группы и финансовые корпорации, получают дополнительные конкурентные преимущества, поскольку приобретают новую институциональную среду в виде инвестиционного и маркетингового партнеров, совершенную рыночную инфраструктуру, включающую информационно-финансовую сеть, консалтинг по стратегическому планированию, подбору персонала, отношениям с общественностью.

Помимо этого, достаточно часто встречается практика формирования, так называемых, «карманных» туристских фирм, обслуживающих сотрудников холдинговой корпорации и, в связи с этим, получающих возможность экономии на рекламе и маркетинге.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ НОМЕРОВ ПО РЕГИОНАМ МИРА



Гостиничное хозяйство мира

2.3. ЭВОЛЮЦИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

История сферы гостеприимства тесно связана с развитием культуры, путешествий и туризма, отражая характерные культурные черты разных эпох и народов, закрепленных типах средств размещения, методах обслуживания уюта и модели гостей, которые пользовались этими средствами. Исторический принцип в изучении сферы гостеприимства позволяет выявить основные этапы, особенности и тенденции ее развития. Необходимо установить влияние мотивов путешествий и туризма, культурных, экономических особенностей на развитие системы гостеприимства. Обратная связь – действие системы средств гостеприимства на мотивы и характер путешествий, экономическое и культурное развитие поселений.

Назовем основные факторы становления и развития сферы гостеприимства:

- **Социальная.** Развитие общественных отношений обусловил демографические и миграционные процессы, необходимость системы средств гостеприимства для их реализации

- **Экономические.** Увеличение доходов населения, значительный экономический потенциал отдельных регионов и центров обуславливает развитие туристско-рекреационных комплексов, прежде всего развитие сферы гостеприимства

- **Культурные.** Особенности ментальности, культуры, религии повлияли на потребности, мотивы, ценности путешественников, обусловили формирование системы средств гостеприимства, определили профиль их специализации

- **Научно-технический прогресс.** Использование достижений науки и техники обусловило изменение форм и методов деятельности средств гостеприимства - использование новейших технологий, технических средств, информационных систем.

- **Политические.** Система законодательных и нормативных принципов государства обуславливает влияние на комплекс функциональных характеристик средств гостеприимства, строительство и условия оснащения средств размещения, созданных в различных корпоративных формах организации. Фактор освоения или завоевания новых территорий определил геопространственное распространение принципов организации сферы гостеприимства той или иной государством.

- **Природно-ресурсные.** Освоение рекреационно-туристических природных ресурсов, ландшафтов предопределяет создание рекреационно-туристической инфраструктуры, прежде всего сферы гостеприимства

- Исторические отразились в эволюции форм и методов организации средств и сферы гостеприимства в целом и смене одних исторических форм средств и методов гостеприимства.

Выделены основные периоды в эволюции сферы гостеприимства:

- возникновение первых заведений гостеприимства (IV тыс. до н.э. - V вв н.э.);

- формирование специализированных средств размещения (VI-XV вв);

- развитие гостиничной и ресторанной сферы в XVI - начале XX вв;

- современный прогресс мирового гостиничного хозяйства.

Первые гостиницы (караван-сарай), как и сама профессия по обслуживанию путешествующих людей, возникли более чем за 2000 лет до н.э., в древневосточной цивилизации.

Со времен Древней Греции и Древнего Рима получили развитие постоянные дворы, хаины, инны, гостиницы, ямы, почтовые станции – это родоначальники гостиниц, предназначенных для путешествующих торговцев и артистов, паломников и странников.

Создание первых заведений размещения в IV тыс. до н. э. связано с необходимостью обеспечения путешественников местом для ночлега, питания и отдыха.

От состояния развития системы средств гостеприимства существенно зависела интенсивность путешествий, хозяйство отдельных центров и регионов.

Средства гостеприимства отражают черты материальной и духовной культуры, традиции приема гостей разных национальностейности.

Первые исторические упоминания о путешествиях размещены в античных источниках и связанные с регионами Древнего Египта, Ближнего Востока и Греции. Именно между ними осуществлялись интенсивные поездки с целью торговли, паломничества, завоевания, оздоровления, развлечений и культурного познания. Древние письменные упоминания о специализированных заведения размещения обнаружены среди вавилонских манускриптов. Кодекс Вавилонского царя Хаммурапи (1792-1750 годы до н.э.) упоминает таверны. Помимо основных функций предоставления услуг по питанию и ночлегу.

В Кодексе царя Хаммурапи обязывает владельцев таверн доносить властям на посетителей которые в разговоре проявляли намерение совершить преступление.

Расширение торговых связей на Ближнем Востоке и в Древней Греции в I тыс. до н.э., связанные с ними длительные путешествия способствуют организации разветвленной сети заведений для предоставления услуг по питанию и размещению – заезжих дворов.

Изысканностью обслуживания, оригинальностью архитектурного стиля и широким использованием прогрессивных нововведений для удобства пребывания гостей выделялись древнегреческие постоялые дворы. В Древней Греции получили распространение два типа постоялых дворов: частные – катагогии, государственные – пандокеи.

В городских дворах, независимо от формы собственности, предполагалось постоянное водоснабжение керамическими трубами, наличие во дворе туалета – латрики, водоемов, фонтанов, декоративного озеленения.

В подобных заведениях часто останавливались государственные служащие, богатые патриции, прибывавших на спортивные соревнования, посещавших театры, известные храмы.

В Римской империи сеть постоялых дворов и таверн, главным образом государственных, становится особенно разветвленной. Такие дворы располагались, кроме городов, в селах, вдоль всех основных дорог, на расстоянии около 25 миль (40,225 км) друг от друга с таким расчетом, чтобы государственные чиновники не уставали в пути, отдыхая в каждом из них.

Четкая общественная дифференциация, характерная для Римской империи, начилась с особенностей обслуживания. Услуги в государственных учреждениях гостеприимства предоставляли государственным служащим строго по специальному правительственному пропуску.

В таких постоялых дворах, согласно утверждениям известного путешественника Марко Поло, условия обустройства и обслуживания позволяли останавливаться чиновникам высшего государственного уровня. Ко времени путешествия известного венецианца в Восточную Азию таких дворов считывалось около 10000.

Высокий уровень сервиса обеспечивали, кроме государственных постоялых дворов, частные постоялые дворы, созданные богатыми землевладельцами на окраинах своих владений; гладиаторы, которые вкладывали свои сбережения в сферу гостеприимства. Постоялые дворы и таверны, ориентированные на обслуживание широкого круга посетителей, – купцов, ремесленников, крестьян и других категорий простонародья, предлагали ограниченный объем услуг, основное место для ночлега оказывалось на соломе рядом со скотом, элементарные услуги отсутствовали. Таверны считались местом разврата, аристократам заходить туда считалось неприличным.

В Древнем Риме значительное внимание уделялось лечебным процедурам – оздоровлению минеральными и термальными водами, целебным горным воздухом.

В III-IV века до н.э. была создана сеть оздоровительных центров на Адриатическом побережье, где использовались термальные источники и морской воздух, климатические курорты в труднодоступных районах Альп. Их услугами пользовалась только политическая элита римского общества. В регионах Древней Персии, Среднего Востока и Закавказья, через которые пролегли важные караванные пути из Китая в Европу.

Остановку на ночлег обеспечивали преимущественно в шатре – его разбивали рядом с дорогой. В узловых пунктах, вблизи горных, речных переprav, на промежуточных остановках длительного пути своеобразной формой постоянных дворов были караван-сарай. Караван-сарай, известны с II-I тыс до н.э., особенно распространились в IX-XVIII веках. Они образовывали целые гостеприимные комплексы с просторным прямоугольным внутренним двором, от которого вели входы в жилые комнаты. В отдельных караван-сараях предусматривались помещения для деловых отношений, двор с ограждением для животных.

Эти заведения были окружены оборонительными стенами для защиты от разбойников и стихий (песчаных бурь, ветра). Оживленные торговые связи азиатского региона сказались на высоком качестве обслуживания и большом объеме услуг, которые предоставляли путникам, по сравнению с европейскими странами. В Грузии караван-сарай имели крытый продольный зал, освещенный фонарем с прилегающими несколькими комнатами. Позже караван-сарай по функциональному назначению дифференцировались на торговые и заезжие.

Первая группа состояла из торговых и ремесленно-производственных помещений; заезжие караван-сарай рассчитывались на длительное пребывание с вьючными животными и транспортными средствами, состояли из жилых и служебных помещений, расположенных вокруг внутреннего двора. Значительно развитой сфера гостеприимства в Армении в XIII веке были караван-сарай, четко делившиеся на одно-, двухэтажные ханапары, расположенные в центре, вблизи торговых площадей, богато украшенные резьбой и орнаментом, где останавливались купцы из караванных путей. Ханапары выполняли функции деловых центров, где заключали торговые сделки, осуществляли расчет, организовывали караваны.

Следовательно, возникновение первых средств гостеприимства – размещение и питание – связано с регионами наивысшего экономического развития – Ближним Востоком и Средней Азией и тяготением к местам наибольшего движения людей – важнейшим торговым путям, крупным городам. Среди учреждений гостеприимства прослеживается дифференциация по категории гостей и регионам возникновения. Новый этап в развитии сферы гостеприимства наступил с распадом Римской империи в 476 году н. э., в период Средневековья.

Особенности формирования сети средств гостеприимства этого периода определялись идеологией общественных отношений, созданной на основе христианских традиций.

Многочисленной категорией путешественников были паломники, священники, миссионеры, посещавшие святые места; возникла необходимость в постоянных дворах возле храмов и монастырей. О массовом характере паломничества и государственной поддержке свидетельствует эдикт императора Карла Великого (742-814), согласно которому все монастыри и церкви обязывались содержать паломников, обеспечивать им приют и питание. Условия проживания в таких постоянных дворах были скромными, приближенными к монастырским. Они состояли из трех помещений – для мужчин, женщин и питания. Управление такими дворами обеспечивали монахи или лица, находившиеся на службе в монастырской управе.

Масштабы и общественное значение религии в Средневековье, ее отражение в паломничестве подтверждает то, что основной задачей отдельных рыцарских орденов была защита паломников и создание необходимых условий в гостеприимстве на их пути к святым местам.

В городе Росс на территории Фландрии, дом для паломников обеспечивал ночлег, бесплатный хлеб, фрукты, орехи, парикмахерские услуги, ремонт обуви; были созданы два хосписа для безнадежно больных и даже освященное место для захоронения – все это за средства аббатства. Питание для паломников, обеспечиваемое монастырями, было скромным, однако, значительно лучше, чем в придорожных постоянных дворах.

Монастыри обладали значительными земельными наделами, самостоятельно хозяйничали и, это обеспечивало их всем необходимым, четко контролировали собственные ресурсы и организацию внутренней жизни.

Гостеприимством к паломникам выделялись и городские гильдии (купеческие союзы).

За умеренную плату здесь можно было переночевать и получить услуги по питанию в местном трактире. Лондонская резиденция известного Ганзенского Союза – Steelyard. Условия проживания были не менее строгими и приближенными к монастырским.

В регионах интенсивной торговли и паломничества сфера гостеприимства развивалась очень успешно, что обусловило появление союзов (гильдий) владельцев постоянных дворов.

Особенно благоприятным стал период Крестовых походов XII-XIII веков – гильдии возникали в центрах интенсивного движения паломников и оживленной экономической жизни.

Союзы владельцев постоянных дворов известны на севере Италии, в Швейцарии, Франции и других странах. Основная задача профессиональных союзов определяла устав отдельно для организации и гостей, за соблюдением уставных норм осуществлялся строгий контроль.

Известно об активном сотрудничестве гильдий с местными муниципалитетами.

Во Флоренции в 1282 году гильдия владельцев постоянных дворов обеспечивала службу у городских ворот и направляла гостей в гильдию, где осуществлялось их распределение по подчиненными учреждениями гостеприимства. Укрепление государственной власти в странах Европы приводит к необходимости обеспечения средств размещения для государственных чиновников, которые находились вне места жительства в государственных делах. Карл IV и его сын Людовик строили постоянные дворы для государственных служащих.

Активизация в позднем Средневековье торговли, деловых поездок обусловили появление частных постоянных дворов, так называемых остерий. Об одном из таких дворов в Граубюндене (Швейцария, 881) упоминает исторический источник.

Большинство придорожных постоянных дворов имели чрезвычайно скромные условия проживания. Гости спали друг возле друга на набитых сеном матрасах, разложенных на полу большой комнаты; питались дорожными собственными припасами или могли воспользоваться услугами хозяина постоялого двора или таверны. Таверны в западноевропейских странах, по аналогии отечественных трактиров, были местом шумных гулянок, часто с употреблением алкогольных напитков, драк, антисанитарными условиями.

Ассортимент блюд в обычных постоянных дворах, тавернах, трактирах был скромным.

В пищевом рационе чаще всего использовали хлеб, мясо, рыбу, пиво, в больших трактирах, когда ожидалась значительная число гостей (трапеза по особым причинам), готовилось несколько десятков блюд.

В XVI веке в Англии возникли таверны для простых людей, их называли ординарными. У них к общему столу подавали, за умеренную неизменную плату, стандартные дешевые блюда.

Посетители не могли высказывать пожелания по улучшению качества обслуживания, блюд, которые готовили часто из несвежих продуктов; свежее мясо вообще было исключением. Блюда в основном подавали из овощей, добавляя мясо. Предлагалось дешевое вино и пиво.

Увеличение количества городов, их размеров в период Средневековья привело к быстрому и частому распространению инфекционных заболеваний. Этот фактор способствовал интенсивному росту количества больниц («Божьих домов»), которые выполняли функции изоляции инфицированных. Позже больницы строили вроде монастырских – удлиненного здания с большой больничной палатой и капеллой, где обеспечивалось лечение больных и часто останавливались паломники. Больницы этого типа располагались на пути движения паломников, у городских ворот, в малонаселенных районах. Толчком активизации частных коммерческих гостиниц и таверн, сменивших постоянные дворы при монастырях, стало разгосударствление монастырских земель (секуляризация) в 1639 году английским королем Генрихом VIII.

После ликвидации в Англии и Уэльсе монастырей путешественники не могли обеспечиваться бесплатной ночевкой. Согласно переписи 1577 года, в Англии и Уэльсе функционировало 1631 постоянный двор, 329 таверн и 14 202 пивнушек.

Именно с периодом Средневековья связывают возникновение понятия «гостеприимство» от латинского слова «hospitālis» («гостеприимство») и старофранцузского «hostee», что означает «дом для приема странствующих». К древнейшим заведениям такого образца принадлежит «Hospice de Beaupre» в Бургундии, известный также как «Hotel Dieu» – «Дом Бога», основанный в 1443 году как больница и приют для бедных Николая Ролен, канцлером налоговой инспекции Бургундии. Эта больница непрерывно функционирует по сей день. Она оснащена современным медицинским оборудованием, это известное ведущее медицинское учреждение виноградарского региона Франции – Бургундии.

Период Нового времени (XVI-XIX века) – весомый этап в развитии общественных отношений в Европе. Он связан с трансформацией экономической и культурной жизни.

Активизация экономики вследствие оживления торговли, расширение сферы занятости отражаются в путешествиях и обуславливают эволюцию в сфере гостеприимства – увеличивается количество средств размещения и питания, они модернизируются, приобретают особенности в специализации, улучшается качество обслуживания.

В конце XVI века во Франции возникли первые средства размещения гостиничного типа значительных размеров в специально построенных частных дворцах и роскошных государственных особняках, получивших название «отель». Дословно это понятие означает «городской дворец магната», место нахождения дипломата иностранного государства или городских властей.

Многочисленные отели – дворцовые комплексы, возникающие в крупных городах Западной Европы в XVI-XVII веках, выполняют функции загородной резиденции временного размещения важных гостей, кроме основного дворца, где жил владелец отеля.

Из известных тогдашних гостиниц и отелей в Париже – отели «Карнавале», «Клюни» (середина XVI века) и Бурбонский дворец, упомянутый в путеводителе по Парижу XVIII века как «Отель принца Конде» (сегодня – это место заседаний палаты депутатов Франции).

В планировке территории резиденции, посреди которой построен роскошный особняк-отель, прослеживались общие композиционные принципы: со стороны архитектурно богатого фасада располагался двор с подъездом, по которому от улицы вызвышалась стена.

Позади отеля всегда находился сад в стиле французского парка с четкими контурами, прямыми аллеями, симметрично расположенной барочного стиля мраморной и бронзовой скульптурой и водоемами. В архитектуре французских гостиниц и отелей достойными внимания были крыши новой ломаной конструкции, которые способствовали использованию помещения под крышей – мансарды для проживания.

В XVI веке в Европе получило распространение строительство придорожных постоянных дворов и трактиров. Существенным фактором увеличения их количества стало развитие дилижансового сообщения. Особенно популярными были придорожные гостиницы типа Инн, распространенные в Англии. В конструкции такого отеля выделялся каменный цоколь с одно-, двухэтажный деревянным каркасом (фахверком). Эти гостиницы имели однотипное планирование: жилые комнаты располагались на втором этаже, соединялись галереей и выходили в открытый двор. На цокольном этаже находилась конюшня, таверна, служебные помещения. Внутренний двор прямоугольной формы использовали народные театры для театрализованных представлений.

В театрах, возникающих позже в Англии, в планировании воспроизводили схемы гостиничного дворцового двора. В городах начали создаваться первые двух-, трехэтажные гостиницы. В планировании трехэтажного отеля в Провене (Франция, XVI век) – развитом центре промышленности и торговли, на первом этаже закрытом сводом, сосредоточены помещения для хранения товаров.

На втором – большой зал, в котором принимали гостей и выделяли зону отдыха, на третьем этаже сосредоточены жилые комнаты. Один из первых отелей в Европе, «Hotel Henri IV», построен в Нанте в 1788 году. Рассчитан на 60 койко-мест, он считался лучшим в Европе.

В начале XVII века в Англии возник совершенно новый тип заведений гостеприимства – банкетные дворы и клубы.

Банкетные залы совмещали функции учреждений для официальных приемов, празднования торжественных событий, оказывали также услуги по размещению, питанию, анимации.

Первый банкетный зал «Banqueting House», построенный в Лондоне, предназначался для государственных приемов, встреч послов иностранных государств, демонстрации придворных спектаклей. Впоследствии в Лондоне был построен банкетный зал «Pantheon», отличавшийся грандиозностью размеров, изысканностью архитектуры и внутреннего оформления, элитным обслуживанием.

В начале XVIII века во Франции возникли доходные дома с отдельными квартирами, которые предоставляли в аренду за плату. В это время выросли требования к комфортности проживания в учреждениях гостеприимства: в гостиницах увеличилось количество комнат бытового назначения, помещения с удобствами (ванна и туалет) до размеров жилой комнаты, используются водопровод, канализация, совершенствуется освещение помещений вследствие увеличения оконного пространства. В планировке домов применяли коридорную систему, улучшили изоляцию комнат, уменьшили размеры галерей и комнат-салонов.

Важными элементом интерьера стали невысокие камины, зеркала, широко использовались картины, резное дерево, лепнина, роспись фризовой части стены выполняли по китайским мотивам или в стиле фантастических картин. Классическим примером отеля, построенного во Франции в этот период, стал «Hotel de Soubise».

Большое значение в структурно-функциональной и геопространственной организации сферы гостеприимства в мировой туристической индустрии принадлежит США.

Страну переселенческого капитала активно осваивали с XVII в. в результате интенсивной эмиграции выходцев из Европы. Архитектурные особенности, организация и управление, обслуживание, а также персонал (французские шеф-повара в ресторанах), в частности на этапе становления и формирования сферы гостеприимства, образовывались вроде европейских; престижные рестораны приглашали шеф-поваров из европейских государств в зависимости от сферы гостеприимства заметна ориентация отдельных ее сегментов на культуру определенных государств. В гостиничной индустрии США (XVII-XVIII веках) прослеживается заметное английское влияние; в сфере ресторанного бизнеса больше отражены традиции французского и итальянского кулинарного искусства и организации обслуживания.

Первый способ размещения в США – постоянный двор, возник в 1607 году. Небольшие придорожные постоянные дворы в функциональном назначении владельцы использовали одновременно как жилой дом и временный приют для путешественников. Только в 1794 году в Нью-Йорке на Бродвее соорудили первый отель, выполнявший функции только коммерческого средства размещения. Открытие «Hotel City» положило начало развитию подобных заведений в городах США. Для первых отелей характерны небольшие размеры в два-три этажа, до 100 комнат, в планировании они напоминали обычные жилые дома с отсутствующим вестибюлем, санузлами. На первом этаже часто располагались магазины.

Постоялые дворы и таверны, основные средства в сфере гостеприимства, созданные в английском стиле обслуживания, считались лучшими в Европе. Первая из известных американских таверн «Stadt House» была открыта в Новом Амстердаме (Нью-Йорке) 1642 году.

Через год открыли «Kreiger & Tavern», которую в годы американской революции называли «King's Arms». Она стала штабом английского генерала Т. Гейджа.

Другая таверна – «Fraunces Tavern» – была штабом генерала Дж. Вашингтона. Эти таверны функционируют до сих пор и, кроме важного исторического значения, сохраняют традиции гостеприимства. Увеличение количества городов в США и рост значения путешествий обусловили разветвления сети средств гостеприимства.

Эти средства, выполняя непосредственные функции услуг размещения и питания, стали местом отдыха, заключения деловых соглашений. Здесь происходили собрания, устраивались развлечения. Владельцы средств гостеприимства были уважаемыми общественными деятелями, часто занимали важные посты в местном и государственном управлении.

Второй президент США Дж. Адамс (1783-1789), помимо других экономических интересов, был владельцем таверны. В разных регионах страны систему средств гостеприимства представляли своеобразные в типологической структуре учреждения: в Пенсильвании – постоянные дворы, на юге – обычные таверны, в Нью-Йорке и Новой Англии – придорожные таверны.

В Бостоне в 1829 году открылся первый презентабельный отель высшего класса «Tremont Hotel». Это стало началом нового этапа гостиничной индустрии в США. Он стал своеобразным эталоном, по которому интенсивно строилась сеть фешенебельных отелей в городах Восточного побережья, впоследствии на Западе и Юге страны. В Чикаго возник отель «Palmer House», в Новом Орлеане – «St. Charles» и «St. Louis», в Сан-Диего – «Hotel del Coronado».

Эти большие и роскошные отели, близкие к современным, имеют все необходимые функциональные помещения – вестибюль, рецепцию, банкетные залы, со всеми удобствами санузлы, высококачественное обслуживание, рассчитанное на состоятельных гостей.

В каждом отеле работал ресторан, обязательно с французским шеф-поваром. Оплата гостиничных услуг осуществлялась согласно европейским традициям.

Проживание и питание оплачивали отдельно, что позволяло клиентам питаться в отеле (согласно меню) или в других заведениях питания. Согласно с основными функциональными параметрами (архитектурными особенностями, типом помещений, обустройством интерьера, обслуживанием), в США формируется тип высококлассного современного отеля, который с учетом европейских принципов в сфере гостеприимства модернизировался в индустриальном многонациональном обществе и стал основой международной гостиничной индустрии.

На протяжении веков облик древней гостиницы не изменялся. В основном она состояла из ограждения для лошадей и двухэтажного здания, в котором на первом этаже располагалась таверна, а на втором – спальни. Затем в этот комплекс основных услуг для путешественников начали добавляться открытые и крытые галереи, где устраивались театральные представления (английские инны). Несомненно, что уже тогда существовала практика оказания путешественникам и других бытовых услуг со стороны владельцев этих заведений, членов их семей, прислуги и мелких ремесленников.

Такие гостиницы уже тогда являлись родоначальниками туристских комплексов на соответствующих тем временам качественном и количественном уровнях оказания услуг.

Если распад империй, мировые войны, «великая депрессия» 30-х годов XX века приводили к упадку гостиничного промысла и гостиничной индустрии, то потепление международных отношений, развитие торговли, ремесел, технические революции и открытия естественным образом оказывались ускорителями и катализаторами роста гостиничной индустрии.

После промышленной революции в конце XVIII века, и особенно в XIX веке, с появлением пароходов и паровозов, железных дорог, большого числа состоятельных людей, развитием массового туризма гостиничное хозяйство претерпевает существенные изменения. Резко возросшие потоки мигрантов из сельской местности в строящиеся города, из Европы в Америку, а через некоторое время обратный ностальгический поток путешествующих к родным местам бывших переселенцев, поток деловых людей, новых промышленников, перенимающих опыт создания технических новинок, новых торговцев. Резкое увеличение населения создает предпосылки для количественного и качественного роста мировой гостиничной индустрии.

А с появлением глубоко заинтересованных талантливых людей, пришедших в гостиничный бизнес (в России – купец И.И. Корзинкин, в Америке – Конрод Хилтон, Эрнст Хендерсо, Кеммон Уилсон), гостиницы приобретают современную суть и разнообразие.

В США с развитием железнодорожного сообщения возникла новая форма средств гостеприимства для обслуживания пассажиров – придорожные столовые. Первые столовые организовывали на вокзалах. Они предлагали неаппетитные блюда.

Поэтому в 1876 году Ф. Харвей на вокзале Топика (административный центр штата Канзас) открыл первый небольшой ресторан, начав историю нового типа питания.

В уютных харвейских ресторанах посетители получали высококачественное обслуживание и вкусные блюда. В этом году во Флоренсе, на этой же железнодорожной ветке Ф. Харвей открыл первый отель. В течение 1880-1890 годов, вдоль железнодорожного пути в Санта-Фе, через каждые 100 миль строили сеть «Дома Харвея»; их атрибутом было качественное обслуживание, которое осуществлял молодой, профессиональный персонал, преимущественно красивые девушки, совместный ресторан, где можно было заказать обед из свежих и вкусных блюд.

В XIX веке в Европе, аналогично США, сооружают отели с высоким уровнем комфорта, ориентированные на обслуживание богатых гостей: политиков, высшего офицерства, интеллигенции.

В расположении роскошные гостиницы тяготели к крупнейшим административным центрам, замечательным местам отдыха и оздоровления.

Из самых комфортабельных отелей – «Badische Hof» в 1801 году в Баден-Бадене (Германия) и «Grand Hotel Schweizerhof» в 1859 году (Швейцария). Вместе с открытием и изучением минеральных вод появляются первые европейские бальнеологические курорты в городах Хайлигендам, Нордерней, Травемюнде (Германия).

Функционирование образовательных учреждений в Европе вызывает необходимость развития системы общепита и размещения для учеников и студентов. Первые общежития для студентов колледжей возникли в XIII веке во Франции, Испании и других европейских странах.

Значительно позже организованы столовые при учебных заведениях.

Школьные столовые появились во Франции в 1849 году.

Известный французский писатель Виктор Гюго в собственном доме организовал в 1865 году столовую для местных школьников. Аналогичное заведение создало Общество помощи в 1853 году в Нью-Йорке при промышленной школе. В ближайшие десятилетия подобные заведения начали действовать во многих школах других крупных городов США.

В середине XVI века во Франции были созданы первые специализированные учреждения по оказанию услуг питания по сравнению с постоялыми дворами и тавернами; приготовление и продажа готовой пищи стало единственной функцией ресторанов.

Первый ресторан «Tour d'Argent» возник в 1533 году в Париже и оставался единственным подобным заведением на протяжении почти двух веков. Появление новых ресторанов во Франции регламентировало законодательство.

Термин «ресторан» закрепился за заведениями питания значительно позже, во второй половине XVIII века, и связан с большим мастером кулинарного дела. Д. Буланже.

Он содержал таверну «Le Champ d'Oiseau», основным блюдом которой был суп великого мастера собственного приготовления, – *restorantes*, что означает «укрепляющий, восстанавливающий».

В 1782 году в Париже на ул. Ришелье открылся ресторан «Grand Tavern de Londres».

В конце Великой французской революции в 1789-1794 годах в Париже насчитывалось около 500 ресторанов. Одновременно политическая нестабильность во Франции во время революции уменьшила эмиграцию французских кулинаров и распространение идеи ресторанов в других европейских государствах и в США, прежде всего, в Новом Орлеане.

В начале XIX века эффективность французского кулинарного искусства и концепцию организации в форме сети ресторанов переняли англичане. К высокой французской кулинарии они добавили собственную декорацию и высокий уровень обслуживания, что обусловило престиж английских ресторанов. Экспортированная из Франции в США идея общепита быстро прижилась и приобрела новые признаки развития в индустриальном обществе.

В США гастрономические заведения получили четкую специализацию, они ориентируются на местного клиента с разными материальными возможностями и спросом. Они имеют значительно большее общественное значение в сравнении с другими государствами, особенно европейскими.

Питание в общественных заведениях, независимо от материального положения клиента, становится одним из атрибутов американского образа жизни.

Первый ресторан в США открыла в 1831 году в Нью-Йорке семья Дельмоника.

Впоследствии под этим названием в стране сформировалась сеть дорогих аристократических ресторанов швейцарско-французской кухни, предлагавших изысканные блюда и безупречное обслуживание, и ставших эталоном для всей американской кулинарии на протяжении XIX-XX веков. Рестораны «Delminico's» имели оригинальную кулинарию, в частности блюда «бифштексы Дельма ОНИКО», «цыплята по-королевски», «омары по-ньюйорски» и сочетались с необходимыми в гастрономии нововведениями. Шеф-повара в престижных ресторанах США зачастую были французами, здесь царила французская кухня, меню было на французском языке, что одновременно приносило определенные языковые трудности в англоязычной стране.

С целью ликвидации языковых барьеров один из владельцев, Дж. Дельмонико, начал вводить двуязычное меню, где названия блюд на французском и английском языках стояли друг против друга. Это нововведение распространилось в мировой практике гостиничного и ресторанного хозяйства. Впоследствии сеть ресторанов ввела европейскую культуру пребывания в ресторанах, в том числе в потреблении пищи. В США в 1848 году сформировалась система разнокатегорийных ресторанов. В Нью-Йорке, кроме роскошных «Дельмонико», известная сеть менее элитных заведений Брауна. Среднекатегорийные рестораны аналогичного типа предлагали качественную кулинарию и эффективное обслуживание, ориентировались на широкий круг клиентов со средними материальными возможностями.

Для малообеспеченных граждан в США сформировалась категория дешевых заведений питания с самообслуживанием, часто с антисанитарными условиями. Основное в подобных заведениях – низкая стоимость блюд, все другие условия были несущественными.

Сомнительную репутацию имели столовые Даниэля, Суини в Нью-Йорке.

В Европе активное развитие ресторанов способствовало совершенствованию обслуживания, появление кулинарных справочников с описанием блюд, приправ, напитков, рекомендаций, направленных на улучшение обслуживания. В престижных ресторанах во Франции, посетителям подавали меню (à la carte) блюд и напитков. В 1856 году француз А. Карен издал первый фундаментальный сборник «La Cuisine Classique» («Классические блюда») и ряд других с популярным описанием большого количества блюд. Настоящим энциклопедическим изданием по гастрономии считают труд «Le Guide Culinaire» («Справочник по кулинарии») одного из известнейших мастеров кулинарии француза Ж. Эскофье.

В 90-х годах XIX века Ж. Эскофье систематизировал труды А. Карена и других известных кулинаров. Ж. Эскофье вместе с Ц. Ритц, управляющим отеля «Savoy», открывшимся в Лондоне в 1898 году, внесли кардинальные изменения в организацию сферы гостеприимства.

Новация касалась открытия ресторанов при отелях, совершенствования работы персонала в ресторанах – через введение бригадного подряда персонала в ресторанах.

Появление в Европе тонирующих напитков (кофе и чая) обусловило возникновение специализированных учреждений их потребления. Становление кафе и чайных происходило, соответственно лишь в конце XVII века и в середине XIX века.

Кофе из Африки и широко известное в арабском мире в раннем Средневековье, в Европе было доступно только для отдельных аристократических семей. Существенным препятствием распространения кофе был запрет потребления «сатанинского напитка» католической церковью.

Только в XVI веке Папа Римский Клемент VIII отменил этот запрет. В XVII веке кафе становятся распространенными во всей Европе.

Только в Венеции в 1675 году их насчитывалось несколько десятков. В Англии первую кофейню открыли в 1652 году в Лондоне на ул. Сент-Майкл выходец из Армении Аллей.

Первая кофейня в Центральной Европе начала действовать в Вене в 1683 году; ее владельцем был выходец из Украины – Ю. Кульчицкий, которому принадлежала исключительная роль в освобождении города от турок, – за это в награду он и получил разрешение на открытие кафе. Она быстро приобрела популярность у посетителей благодаря особому тонизирующему подслащенному медом и разбавленному молоком напитком.

Чай – сегодня неотъемлемый в рационе тонизирующий напиток – стал популярным среди европейцев и американцев лишь в середине XIX века. Он происходит из Юго-Восточной Азии, его стали потреблять в Англии, которая имела в этом регионе большие колонии, затем – в других европейских странах. Лишь в XX в чай стал общепризнанным напитком в мире.

Во второй половине XIX – начале XX в усиление роли городов на фоне быстрого индустриального развития обуславливает массовую их настройку – появление рабочих кварталов и отдельного вида средств размещения – общежитий.

Типичным примером строительства общежитий (фамилистерив) во Франции были три больших корпуса для размещения 1200 рабочих, построенные предпринимателем Годеном при заводе обогревательных приборов в Гизе. Возле каждого корпуса располагался большой двор, на каждом этаже зданий выделялись отдельные квартиры с туалетом и ванной.

Комплекс фамилистерив дополнялся кооперативным магазином, яслями, рестораном, диспансером, больницей, театром, школой, прачечной и местом для купания на реке.

Во многих европейских странах в середине XIX века возникли первые клубы, объединявшие людей с общими интересами относительно туристических поездок.

Для функционирования клубов создавали необходимое инфраструктурное обеспечение – клубные дома, обустраивали маршруты, сооружали приюты для временного размещения.

Первый туристический клуб – «Клуб путешествий» – возник в 1832 году в Лондоне.

Впоследствии здесь открыли известный «Альпийский клуб» (1857); в Тифлисе при Кавказском обществе естествознания в 1877 году был создан клуб с одноименным названием, а в Петербурге в 1885 году – первую большую туристичну организацию «Предприятие для общественных путешествий во все страны мира. В составе украинских земель подобный клуб был организован в 1890 году в Одессе под названием «Крымский горный клуб». Потом были созданы филиалы в Ялте и Севастополе, впоследствии – на Кавказе и в других регионах Российской империи.

Для туристического освоения Крымских гор было устроено несколько маршрутов с первым в России специальным приютом на 12 мест, в котором туристам предлагали ночлег, горячие напитки, блюда из мяса и других продуктов. Весомым фактором в рекламе гостиничных предприятий становится выпуск в 1854 году в Великобритании первого справочника. Он содержал подробную информацию о гостиницах (8000), адреса и описание отдельных услуг.

Его выход начал историю информационного продвижения гостиничных услуг на рынке.

Впоследствии в разных странах начали выдавать аналогичные справочники, каталоги, буклеты, которые одновременно стали первой туристической рекламой.

В конце XIX века – начале XX века в сфере гостеприимства произошли значительные изменения. Количество заведений гостеприимства интенсивно увеличилось, расширилась их функциональная структура, совершенствовалось обслуживание, модернизировалась архитектура, создавались стандарты в обслуживании и элементах отделки.

Особенно интенсивно росло число гостиниц и ресторанов в Европе и США.

В Германии в 1913 году насчитывалось 90000 отелей, в Австро-Венгрии – 15000, в России в 1910 году – 4685 гостиниц.

Строительство новых гостиниц привело четкую дифференциацию в размерах, условиях проживания, обслуживания.

В крупных новых гостиницах созданы комфортные условия проживания – их сооружали в центре городов вблизи важных транспортных коммуникаций – вокзалов, магистралей. Часто новые гостиницы строили на месте разрушенных старых, не отвечавшим необходимым требованиям того времени. Престижные районы крупных городов имели специализированные отели с максимальными удобствами, вышколенным персоналом для особо богатых клиентов – бизнесменов, политиков, деятелей искусства. Первый отель, ориентированный исключительно на бизнесменов, открыли в 1908 году в Буффало (США). Е. Статлер построил отель «Statler Hotel» в свое время считался архитектурным шедевром: просторный вестибюль, лифты, номера обставлены дорогой мебелью, декоративные ткани, дорогая сантехника. В Лондоне в 1905-1908 годах открыли подобный отель «Piccadilly», в Амстердаме (Нидерланды) – отель «Victoria», «American Hotel», в Москве – «Метрополь», «Грандт отель» в Париже.

Индустрия гостеприимства на рубеже XIX-XX веков становится важной сферой экономики многих стран. Проблемы строительства гостиниц, подготовки персонала, ценообразования решали бизнес-союзы, акционерные общества и концерны. В начале XX века от других отличаются Лондонский синдикат, французский Союз владельцев гостиниц.

В 1906 году возникает Международный Союз Владельцев Гостиниц, объединивший собственников 1700 средств размещения в разных странах.

После Второй мировой войны начался современный период развития гостиничной индустрии. Его особенности связаны с массовым характером туризма, который вызвал интерес значительной части населения, прежде всего, в высокоразвитых странах. Продвижение туризма и высокая деловая активность населения способствуют формированию на протяжении 50-70-х годов XX века мощной сети заведений размещения и питания.

В 1980 году согласно данным ВТО в мире насчитывалось 8 млн. гостиничных номеров, в 2003 году их число увеличилось до 15,4 млн. Лидерами в сфере номерного фонда является Европа (38,5% общего количества) и США (33,5%). За последнее десятилетие XX века наибольшее количество номеров появилось в Южной Азии (с 111,1 тыс. – до 171,5 тыс.).

Второе место занимает Тихоокеанский регион, где насчитывалось 3,5 млн. номеров и увеличение составило 45,3%. В 1997-1998 годах количество номеров в регионе Ближнего Востока выросла на 6,9%, однако, в Африке их количество уменьшилось на 0,4% в связи с быстрым общим увеличением количества гостиничных предприятий.

Сформировавшиеся в первое послевоенное десятилетие (1945-1955) автомобильная и авиационная индустрии определили гостиничный бум во всем мире.

Гостиничная база превращается в это время в индустрию услуг, предоставляя туристу, гостю, путешественнику, отдыхающему полный набор услуг по размещению, питанию, развлечениям, отдыху. Гостиница из дома временного проживания людей все чаще превращается в туристский комплекс, полносервисный отель со множеством разнообразных услуг, предназначенных для целевого потребителя.

Гостиницы на автотрассах, железнодорожных вокзалах, при аэропортах, гостиницы для деловых людей и бизнесменов в торговых, административных центрах больших городов, курортные гостиницы и пансионаты, конгресс-отели и конгресс-центры, гостиницы и кемпинги, гостиницы-казино, молодежные гостиницы, общежития и горные приюты, дома охотников и рыбаков – вот далеко не полный перечень гостиниц целевого назначения.

Для каждого из перечисленных видов характерна тенденция к расширению сервиса и повышению качества услуг. Сохраняются тенденции к специализации гостиниц (сегментация рынка гостиничных услуг), росту числа малых гостиниц и фешенебельных гостиниц-гигантов, а также изысканных и причудливых, неповторимых гостиниц в необычных местах.

Растет число гостиничных объединений – цепей, ассоциаций.

Гостиницы становятся пионерами в использовании новейших достижений техники новых материалов (экологически чистых, пожаробезопасных), передовых технологий по системам жизнеобеспечения и обеспечения безопасности и комфорта, новых информационных технологий (компьютерных гостиничных технологических систем, сетей бронирования и резервирования).

Современная гостиничная база становится основой туристической индустрии XXI века.

Современная мировая сфера гостеприимства – это индустрия с многомиллиардными доходами во всех сегментах рынка.

Из основных тенденций современного развития индустрии гостеприимства выделяют:

- углубление специализации и диверсификации гостиничных услуг;
- образование значительных по размерам корпоративных форм – гостиничных цепей, которые становятся транснациональными компаниями;
- широкое использование в индустрии гостеприимства информационных систем управления, технологического обеспечения, маркетинга;
- интеграцию капитала гостиничных предприятий с капиталом финансовых, страховых, строительных, транспортных и других сфер экономики;
- значительное применение научного менеджмента в организации и управлении гостиничным бизнесом;
- развитие сети небольших гостиничных предприятий, ориентированных на конкретный сегмент рынка.

Наряду с типичными полносервисными отелями активно развиваются специализированные учреждения по обслуживанию определенного сегмента туристического рынка.

Специализированные предприятия, в соответствии с профилем производственной деятельности, обслуживают определенную категорию гостей, формируя узкий перечень услуг, ориентированных на клиентов, участвующих в конференциях, конгрессах, активно отдыхающих.

Важная задача специализированных предприятий заключается в создании максимального удовольствия и комфорта для отдыха.

Важное направление оптимизации технологического процесса в гостиничном бизнесе – диверсификация производства, связанная с расширением производственных возможностей гостиничного предприятия за счет рационального использования ресурсов.

Современные предприятия диверсифицируют как отдельные услуги – предлагают клиенту согласно спросу и цене приемлемый вариант и одновременно информируют клиентов о новых формах деятельности в этом виде сервиса. При возведении фешенебельных отелей и гостиниц среднего класса обязательны развлекательные, спортивные, оздоровительные услуги, услуги гастрономических заведений, наличие бассейна, фитнес-клуба, сауны, солярия, ночных клубов, косметических салонов и других заведений по предоставлению дополнительных услуг.

В современной гостиничной сфере широко применяют информационные электронные системы управления и резервирования мест. Специальные системы, разработанные для гостиничного сервиса, обеспечивающие выполнение систем управления и контроля номерного фонда, использование технических средств, ведение счетов, безопасности.

Благодаря техническим средствам в автоматизации и информационном обеспечении гостиничной сферы начали применять квалифицированный труд, среди персонала увеличилось количество операторов информационного управления, программистов, портье-операторов.

Крупные гостиничные корпорации с разветвленной сетью предприятий используют единую систему бронирования мест, интегрированную в глобальную систему Интернет.

Из известных систем выделяют «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fedelio Hotel Bank», «Amadeus» – самые популярные системы бронирования. Они предлагают скорректированную четкую информацию о 35000 гостиниц и других средств размещения во всем мире: расположение отеля, его номерной фонд, услуги, тарифы, отдельные сведения.

Современной гостиничной индустрии присущи своеобразные и сложные типы с единоличным управлением, менеджментом, франшизой, арендой, консорциумами, разнообразным их сочетанием.

Совершенствование специализации в сфере гостеприимства связано с активным процессом образования корпоративных форм в организации гостиничных предприятий – международных и национальных цепей. Гостиничные цепи – это объединение группы предприятий, занимающихся коллективным бизнесом и придерживающихся в его организации единых стандартов, находясь под непосредственным контролем аппарата управления.

Создание гостиничных цепей играет важную роль в разработке и продвижении на мировой рынок высоких стандартов обслуживания клиентов, организации и управления.

На современном этапе гостиничные цепи охватывают 30% отельного рынка мира, более 200 корпораций, из которых 25 – крупные и контролируют 25% всего профильного рынка.

Масштаб гостиничной группы определяют чаще по количеству гостиничных номеров.

В соответствии с этими критериями на мировом рынке сегодня доминируют американские компании. Восемь из десяти крупнейших компаний, более 50% 50-ти крупнейших гостиничных цепей расположены в США. Кроме США, крупными гостиничными цепями обладает Великобритания (7), Испания и Япония (по 4) и еще 5 государств.

Как показывает анализ статистических данных развития мировой гостиничной индустрии, в последние годы лидирует американская компания «Сandant», которая занимает первое место по количеству гостиничных предприятий (6455), номеров (541 315) и франшиз (6455).

Определенные рыночные тенденции и бурное развитие новых технологий предопределяет создание не только новых предприятий, но и новых типов гостиниц.

Выросли тенденции интеграции – покупка, объединение, партнерские соглашения, быстрое увеличение количества номеров в некоторых корпорациях. Гостиничная сфера становится единым глобальным сектором мировой экономики.

Аналитики гостиничного бизнеса для гостиничных корпораций глобального уровня определили такой уровень структурно-геопространственной организации: присутствие в 120 странах, наличие 250 тыс. номеров и 1000 отелей.

Американский регион на современном этапе характеризуется значительной концентрацией гостиничных предприятий почти всех известных торговых марок мира.

В связи с высокой конкуренцией большинство американских отельных корпораций пытаются выйти за пределы американского рынка. Одновременно крупные корпорации поглощают мелкие независимые гостиницы через их переход в категорию франшиза.

Другой метод поглощения гостиничными цепями независимых предприятий касается их финансового стимулирования вследствие уменьшения членских взносов, освобождения от налогов в течение первого года, частичного возврата инвестиций.

Согласно высказываниям экспертов рынка гостиничных услуг в перспективе прогнозируется снижение темпов развития гостиничной индустрии и уменьшение количества сделок в этой сфере. Из основных причин называют монополизацию рынка крупными компаниями и завышение цен, прежде всего, среди монополий.

Сегодня на американском рынке завершается процесс консолидации и в последующие десятилетия отельные корпорации ожидают процесс измельчения.

Гостиничная индустрия **Европы**, подобно американской, развитая, однако, развивается стабильно с устойчивыми темпами увеличения доходов.

В Европе современная гостиничная индустрия приносит рекордные доходы и позволяет компаниям приобрести достаточно средств для модернизации и инвестирования капитала.

В этом регионе доля независимых предприятий, разнообразящих рынок гостиничных услуг, обуславливая его высокую гибкость значительно выше.

Однако, мировые процессы интеграции и глобализации дают основания прогнозировать в ближайшем будущем интенсивное поглощение крупными гостиничными компаниями менее конкурентоспособных. Прогнозируемая ситуация вероятна, поскольку на европейском рынке доля гостиничных цепей значительно меньше, чем в США.

В сравнении с североамериканской европейская гостиничная индустрия характеризуется высокой долей независимых гостиничных предприятий. Однако, развитие франчайзинга позволяет быстрое расширение при незначительных инвестициях, все больше независимых предприятий поглощаются известными гостиничными корпорациями. Чаще продвижение таких компаний осуществляется через строительство в большом городе отеля класса «люкс» и нескольких гостиниц среднего и низшего класса, конкурирующих с независимыми отелями.

Учитывая тенденции к консолидации и создания новых гостиничных корпораций в Европе почти 70% гостиниц остаются независимыми.

Для Европы характерны отели и гостиничные корпорации, предлагающие оригинальные услуги, каждая из которых отличается нестандартным профилем.

Львиную долю гостиниц (71,6%) охватывает только 9 гостиничных корпораций. Из них самая крупная английская «Six Continents» и французская «Accor».

Южная Азия. Весомые европейские гостиничные корпорации сегодня активно действуют на региональных рынках Восточной и Северной Европы.

Азиатско-Тихоокеанский регион уступает темпам роста и стабильности американскому и европейскому рынкам, ему присуща низкая доля присутствия глобальных гостиничных корпораций, около 75% отелей позиционируют на рынке как независимые предприятия.

Незначительная доля корпоративного рынка обусловлена определенным риском для крупных инвесторов: высокие налоги; недостаточно развитая банковская система; политическая и экономическая нестабильность отдельных стран.

Экономический кризис в конце XX – начале XXI века отразился на низком инвестировании этого региона. Только Австралия, отличающаяся стабильным экономическим развитием, привлекла внимание нескольких иностранных операторов. В Азиатско-Тихоокеанском регионе значительным потенциалом обладает Китай и Индия.

Быстрый экономический рост и совершенствование качества гостиничных услуг в этих странах повлечет инвестирование в сектор гостеприимности крупных транснациональных гостиничных корпораций. Замечая низкую среднюю платежеспособность туристов в этих странах, крупные компании осваивают теперь рынок торговых марок среднего класса и в перспективе планируют развить сеть отелей высшего класса.

Привлекательное направление для весомых транснациональных корпораций в освоении этого региона – заключение партнерских союзов с крупными местными операторами. Именно таким образом сегодня осваивает азиатский рынок американская корпорация «Cendant».

Привлекательна сфера гостеприимства Китая, характерная высокими темпами экономического роста, наибольшим количеством населения, вступлением в 2001 году во Всемирную торговую организацию, проведением Олимпийских игр в 2008 году.

В Юго-Восточной Азии низкий экономический потенциал и политическая нестабильность обуславливают трудности в развитии туристической и гостиничной сферы.

Высоким потенциалом в развитии сферы гостеприимства обладают острова Пхукет (Таиланд) и Симпин (Камбоджа). Однако, реализация туристического потенциала, связанная с естественной экзотикой, создание новых финансовых механизмов экономического оживления в ближайшие десятилетия приведут к активизации гостиничной индустрии.

Освоение рынка этого региона уже начала английская корпорация «Six Continents». Активное развитие туристической сферы, ее диверсификация в ряде стран **Ближнего Востока**, низкие цены на туристский продукт вызывают высокие темпы развития гостиничной индустрии.

В 1988 году было зафиксировано увеличение количества гостиничных номеров – 15,3 тыс. (6,9%) общего количества в 221 тыс., что в ближайшей перспективе перенасытит рынок и создаст жесткую конкуренцию в гостиничной сфере. Актуальным направлением является диверсификация отрасли с формированием гибких конкурентных позиций отдельных предприятий.

Согласно такой стратегии позиционируют отели Объединенных Арабских Эмиратов, где разработаны и реализуются проекты строительства искусственных островов-курортов, спортивных комплексов для зимних видов спорта, модернизация гостиничной сферы.

На **Ближнем Востоке** инвестирования гостиничной сферы осуществляют за счет крупных американских, европейских и азиатских гостиничных цепей.

Рынку гостиничных услуг **Африки** в связи с политическими конфликтами присущи высокая нестабильность, уменьшение количества номеров, незначительные инвестирования и продвижение глобальных гостиничных компаний. В период 1997-1998 годов общее количество номеров сократилось более чем на 1000 единиц и составило 428 тыс.

Африка остается единственным континентом, где наблюдается минимизация гостиничных предприятий на фоне общемирового роста, которая составляет в среднем 3% в год.

Положительные тенденции в развитии гостиничной сферы характерны только для Северной Африки и ЮАР. Северная Африка ориентирована на развитие туристической сферы, известная туристическими центрами, курортами. Южная Африка – единственный на континенте регион, который увеличивает свою долю на рынке.

Латинская Америка характерна положительными тенденциями увеличения внутреннего и межрегионального туристического спроса. В период 1995-1998 годов здесь наблюдался самый высокий в мире рост количества отельных номеров – на 11,9%, а среднегодовой мировой уровень роста составил 3%. В регионе сосредоточено 773 тыс. номеров – 5% всего мирового гостиничного фонда.

Южной Америке свойственны четко выраженные контрасты неравномерного экономического развития, типичная проблема безопасности туристов, недостаточно развитая инфраструктура.

Только в Бразилии и Мексике правительства стран принимают меры, направленные на более эффективное позиционирование национального туристского продукта, инвестиций в развитие гостиничной сферы. На латиноамериканском рынке ведущие позиции сегодня занимают испанские гостиничные корпорации.

Согласно прогнозам экспертов рынка гостиничных услуг ВТО в перспективе тенденции увеличения гостиничных корпораций будут сохраняться за счет охвата рынка франчайзингом в организации управления гостиничным бизнесом. Эта тенденция положительно влияет на финансовое и экономическое положение американских компаний, которым принадлежат ведущие позиции в этом секторе экономики. В США консолидация происходит, прежде всего, в результате слияния инвестиционных фондов недвижимости (REIT) и управляющих компаний, а также активного их объединения с международными гостиничными корпорациями.

Аналогичный процесс консолидации, однако несколько ниже интенсивности, происходит в Европе. Тенденция консолидации гостиничных предприятий в Европе ускорит создание в перспективе корпораций общемирового масштаба. Кроме транснациональных корпораций, возникают небольшие компании, заполняя отдельные ниши.

Жесткая конкуренция с гостиничными цепями, которые пытаются превратить их в франшизы, обусловила появление гостиничных союзов. Их основная задача заключается в формировании равноценных возможностей функционирования рынка и созданию партнерских связей с крупными компаниями.

Первые союзы в гостиничной сфере появились в Европе и распространились в Северной Америке, возникая на основе предприятий, подобных по стратегии, специализации и рейтингу.

Совершенствование функциональной организации гостиничных ассоциаций в ближайшей перспективе поможет создать для них надлежащий имидж, доступ к новейшим технологиям.

Чтобы противостоять деловой конкуренции, независимо от выбранной стратегии, необходимо развивать широкие партнерские отношения с целью привлечения дополнительных ресурсов. Часто создатели союзов рассматривают средством реструктуризации производства и приспособления его к условиям конкурентов и глобализации рынка, а не длительным явлением.

Как показывает анализ функционирования профессиональных союзов в гостиничной сфере, около 60% их количества существует не более четырех, и менее 20% – до десяти лет.

Быстрый распад альянсов вызван различиями в стратегии управления, материально-техническими возможностями его участников, низкой степенью взаимодействующих стратегий.

В настоящее время в Северной Америке и Европе насчитывается свыше 3000 гостиничных цепей с числом членов не менее десяти в каждой.

Рейтинг крупнейших из них регулярно публикует журнал «Hotels». Он выделяет три типа гостиничных цепей: *корпоративные компании, компании по управлению гостиницами и объединения независимых гостиниц*. Процессы концентрации протекают не только в горизонтальном и вертикальном направлениях, но и по диагонали. В отличие от первых двух диагональный тип интеграции, или диверсификация, предполагает объединение функционально и технологически не связанных между собой предприятий. Диверсифицированные, многоотраслевые образования имеют одно важное преимущество. Они создают возможности для взаимной компенсации рисков, когда убытки одних отраслей покрываются из прибылей других.

Исследования гостиничной индустрии показали, что:

- отели будут продолжать отставать от авиатранспорта и других секторов туристической индустрии по уровню компьютеризации и использования современных технологий в бронировании туров;
- налоговое бремя отелей будет увеличиваться, и доля туризма в общем объеме налогов повысится с 10,4 до 11% за последние 10 лет;
- возрастут расходы правительств на пропаганду туризма;
- гостиничная индустрия меняет способ подсчета своих прибылей: с дохода на один номер - на доход с одного клиента;
- только 30% всех отелей Европы относятся к гостиничным цепям;
- в гостиничной индустрии ускоряется процесс слияния компаний, отмечается увеличение количества договоров франшизы и внешних инвестиций;
- становится выгодным и прибыльным быть «зеленой» гостиницей, то есть заботиться об охране окружающей среды.

Известно, что большинство организаторов конгрессного и инсентив-туризма, выбирая отель, придают большое значение экологии.

Важным условием привлечения туристов в регион является повышение комфортности отелей и качества обслуживания. Желательно в каждом номере устанавливать видеотелефон и компьютер, подключенный к глобальной сети, для отправки любой информации. Возрастает популярность отелей-музеев, то есть старых частных отелей, по комфортабельности соответствующих мировым стандартам, но сохраняющим неповторимое очарование старины.

Международная цепь отелей «Хилтон» планирует возвести на Луне отель. Проект обойдется корпорации в \$6-12 млрд. Согласно проекту отель будет представлять собой стальную конструкцию, покрытую материалами, используемыми при создании космических «челноков». Его клиентам будет предоставлен сервис на уровне пятизвездочного отеля. Оплата за номер с видом на Землю превысит стоимость других номеров. При отеле планируется пляж.

Весь комплекс будет располагаться под огромным герметичным куполом. Объекты питания тоже будут претерпевать определенные изменения, но не будут носить массовый характер.

В частности, меню ресторанов, баров, кафе будет более разнообразным, учитывая возрастающую популярность экзотической кухни. В качестве фона к процессу приема пищи будет использоваться национальная музыка и развлекательные программы.

Одной из главных особенностей развития туризма является неравномерное распределение международных туристских потоков в разных регионах и странах.

Е. А. Джанджугазова выделяет 8 тенденций развития мировой индустрии гостеприимства.

К основным тенденциям развития мирового гостиничного рынка относятся:

- распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на другие продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей: организация питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и т. д.

- растущая демократизация индустрии гостеприимства, в значительной степени способствующая повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;

- усиление специализации гостиничного бизнеса, позволяющее четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;

- развитие новых видов туризма – экологического, приключенческого, экстремального, некоторых тематических направлений, позволяет учесть интересы практически любых категорий потребителей и сделать туристский продукт более изощренным;

- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, которая проявляется в создании туристских корпораций и гостиничных цепей, также создаются гостиничные ассоциации, союзы, международные правительственные и неправительственные организации;

- глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;

- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;

- внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий индустрии гостеприимства.

Широкое использование Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг; а также распространение современных компьютерных систем бронирования и резервирования.

В мировой практике существует 4 модели гостеприимства:

Европейская модель представляется гостеприимством «высокого полета» и высокой репутации. Европейский гостиничный рынок наиболее распространенный и развитый.

Отличительными чертами европейского гостеприимства можно назвать:

- стремление европейских отелей к сокращению вместимости номерного фонда, что усиливает индивидуализацию обслуживания клиентов;

- главное достоинство отелей не в роскоши, а в изысканных и стильных интерьерах, высокой репутации и известности, высококлассном обслуживании;

- дорогие отели расположены в уникальных местах, в исторических центрах городов;

- традиционность и требовательность дорогих отелей по отношению к постояльцам;

- автоматизация европейских отелей не заменяет личностных отношений с постояльцем;

- в Европе выражена гостиничная сегрегация, приводящая к тому, что постоялец дорогого отеля никогда не столкнется в холле с постояльцем другого социального статуса;

- вместе с тем, европейский гостиничный рынок отличает диверсифицированность предложения – от дешевых придорожных гостиниц до крайне дорогих элитных отелей.

Азиатская модель гостеприимства противоположна европейской, что отражается в любви азиатов к роскоши, показному богатству, гигантизму.

Именно в Азии находятся самый высокий (Шанхай), самый вместительный (Бангкок) и самый роскошный (Дубаи) отели мира. Если в Европе категория гостиницы обратно пропорциональна ее вместимости, то в Азии наоборот.

Отличительные черты азиатских отелей класса «люкс»:

- наиболее удачное месторасположение;
- большая площадь номеров и общественных помещений;
- большая вместимость;
- роскошь и богатство интерьеров и особенно экстерьеров отелей;
- невысокая (по сравнению с Европой) стоимость и доступность услуг;
- возможность пользования разнообразной инфраструктурой;
- широкое распространение систем обслуживания «*All inclusive*» и «*Ultra all inclusive*».

Американская модель гостеприимства имеет черты как европейской модели, так и азиатской. В центрах крупнейших американских городов распространены отели класса «люкс», отвечающие требованиям типичных европейских гостиниц (стиль, небольшие размеры, индивидуальное обслуживание). С другой стороны, основные курорты и туристские центры застроены отелями, внешне и внутренне напоминающими азиатские (большая вместимость, роскошь, огромная развитая инфраструктура).

Восточно-европейская модель гостеприимства выделяется отдельно от европейской по причине наличия большой доли постсоветских предприятий гостиничной индустрии, как в американской модели, соседством отелей, типичных как для европейской, так и для азиатской моделей. С другой стороны, современный этап развития гостиничного рынка на постсоветском пространстве Европы характеризуется строительством новых средств размещения, типичных как для Европы, так и для Азии.

К тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства, получившим развитие в последние десятилетия, следует отнести:

- углубление специализации гостиничного предложения с ростом спроса на туруслуги;
- образование международных гостиничных и ресторанных цепей;
- развитие сети малых предприятий в гостиничной и туристской сфере;
- внедрение в индустрии гостеприимства новых компьютерных технологий.

Изменение демографической структуры и социальной модели народонаселения в развитых и новых индустриальных странах ведет к тому, что все больше людей будут иметь время и доход, расходуемый на путешествия, а поскольку путешествие невозможно без потребления услуг гостиничной сферы, то соответственно, будет увеличиваться и спрос на гостиничный сервис.

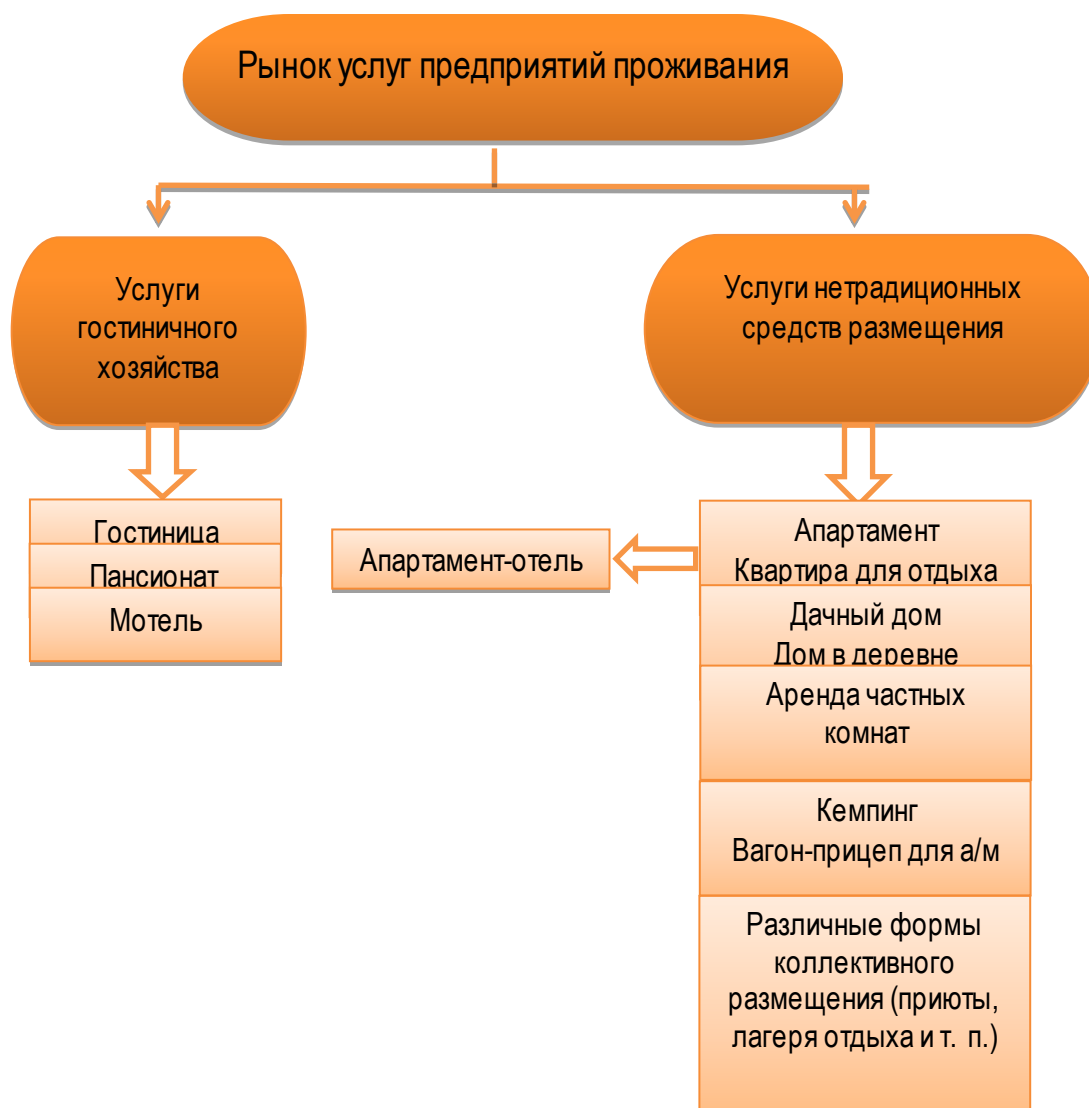
В последнее время, наряду с традиционными полносервисными отелями и ресторанами стали появляться специализированные предприятия с сокращенным набором предлагаемых услуг и блюд. Специализация предприятий бывает самая разная.

Гостиницы могут ориентироваться на обслуживание представителей определенного сегмента туристского рынка: клиентов, посвящающих свой отпуск игре в гольф, катанию на лыжах, конными турами, туристов, выезжающих на конгрессы, выставки, ярмарки.

Рестораны специализируются на приготовлении национальных блюд, ужинов, завтраков. Углубление специализации предприятий гостеприимства взаимосвязано с важнейшей тенденцией – образование международных цепей, которые играют огромную роль в разработке и продвижении высоких стандартов обслуживания. Кроме гостиничных цепей на мировом туристском рынке активно функционируют специфические объединения, основная цель которых объединить лучших представителей гостиничного бизнеса.

К примеру, с 1928 года ведет свою историю и работу по определению лучших отелей мира международная корпорация «Ведущие отели мира».

Количественный рост гостиничных цепей, их слияние и объединение, создают ошибочное впечатление о снижении многообразия предложения и отдыха. Однако, на практике наблюдается обратная тенденция: распространение цепей не может удовлетворить всех разнообразных требований туристов, что готовит почву для развития малых независимых гостиниц XXI века.



Это комфортабельные, построенные в сельском стиле и предлагающие услуги за умеренную цену, имеющие все необходимое для работы и отдыха, без ресторана (ресторан находится рядом), где клиенты могут получить изысканное обслуживание.

Именно уникальность малой гостиницы является главным инструментом рыночной политики. Как показывает практика, малые гостиницы в своем большинстве независимые гостиницы, – находящиеся в свободном владении, распоряжении и пользовании обладателя, получающего прибыль от такой собственности.

Наличие договорных обязательств с другими компаниями в вопросах управления или использования чужого знака обслуживания не влечет за собой изменения статуса предприятия как независимого по отношению к другим субъектам рыночных отношений.

За последние десятилетия ничто так не повысило профессионализм и производительность предприятий и организаций индустрии гостеприимства как внедрение новых компьютерных технологий, в корне изменивших способ ведения гостиничного бизнеса, позволили владельцам предприятий разрешить ряд проблем и создали массу удобств клиентам, что позволяет теснее сотрудничать с туристской сферой. Общие тенденции развития туристской индустрии: международная интеграция, расширение международного разделения труда, открытие границ, обеспечение легкого доступа в другие страны, повышение уровня жизни все более широких слоев общества. Существует четкая связь между тенденциями развития туризма и гостиничного сервиса и общего экономического развития. Туристский и гостиничный рост очень чувствителен к какому-либо экономическому изменению.

Если цены неизменны, то рост в целом на 1% частного потребления ведет к общему застою в расходах на путешествия, при росте потребления 2,5 % развитие туризма возрастает на 4%, а при росте потребления 5% показатель увеличения затрат на туризм составляет 10 %. В случае, если потребление ниже 1%, то в туризме ощущается спад.

Но в каждой отдельной стране такая реакция на экономические изменения проявляется по-своему и отклонение от среднего показателя также выступает в различных формах.

Обстоятельства, прямо и эффективно воздействующие на туризм и связанные с формированием потребностей, спроса и предложения на туристский продукт и услуги, ведут к увеличению спроса на услуги гостиниц и ресторанов. Рассмотрение тенденций развития туристской и гостиничной сферы позволяют сделать следующие выводы:

- туризм на дальние расстояния (продолжительный) будет расти быстрее, чем туризм с краткой и средней продолжительностью, что в свою очередь увеличит спрос потребителя на гостиничный сервис;
- определенные факторы будут постоянно влиять на путешествия, туристическую деятельность и гостиничный сервис (экономическое состояние и политическая ситуация);
- если туризм в прошлом десятилетии был отражением преимущественно транспортных технологий, способствовавших снижению стоимости путешествий, то последующее десятилетие определяется такими факторами, как социодемографические изменения, электронная информация и коммуникационные системы, большая осознанность и требовательность потребителя, выравнивание рынков реализации, а также поляризация деятельности туристских операторов;
- определяющей тенденцией развития индустрии гостеприимства и туристской сферы является тесное их взаимодействие.

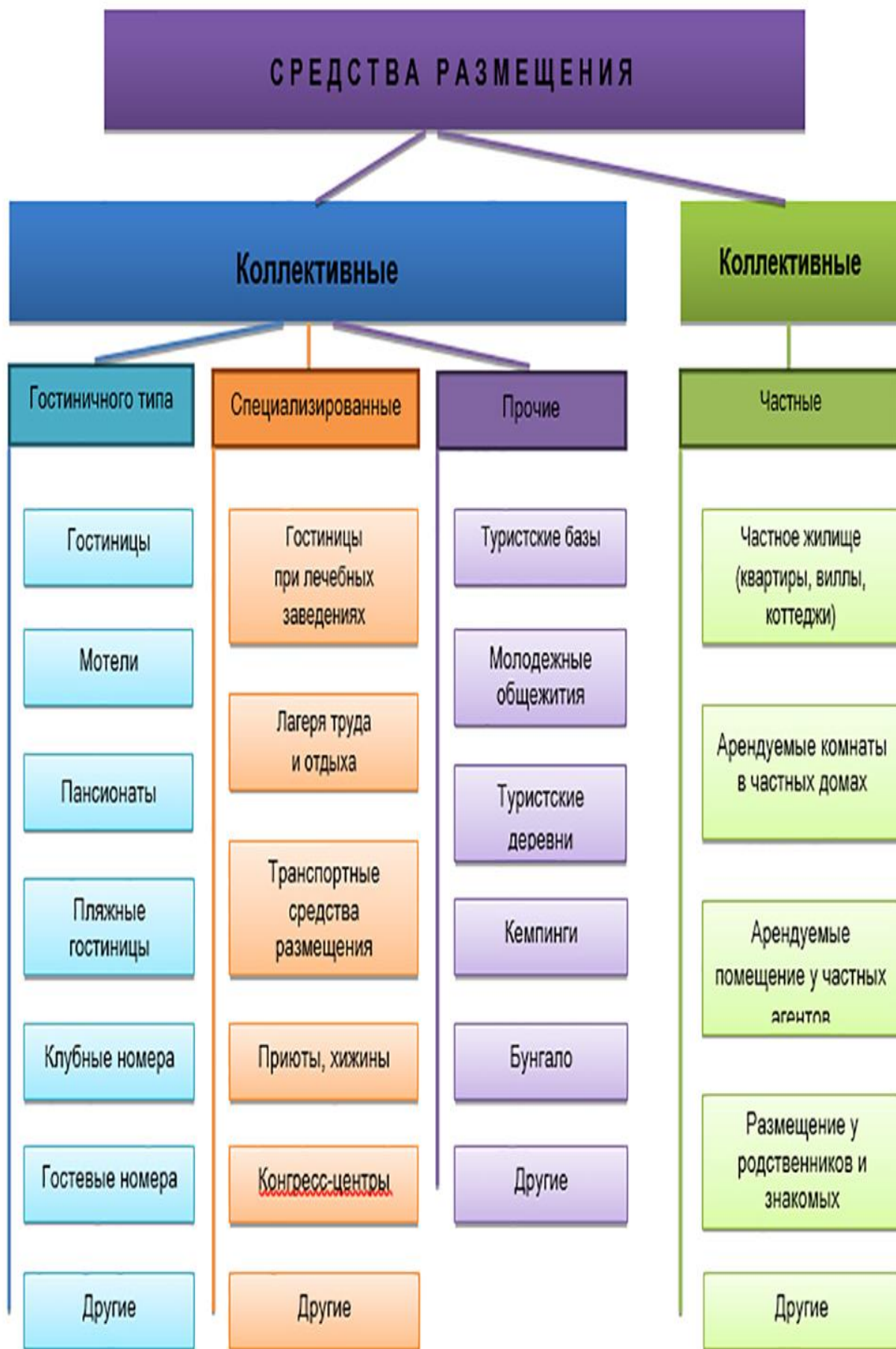
В мировом гостиничном фонде выделяются две главные группы гостиниц: для постоянного и временного проживания, которые подразделяются на:

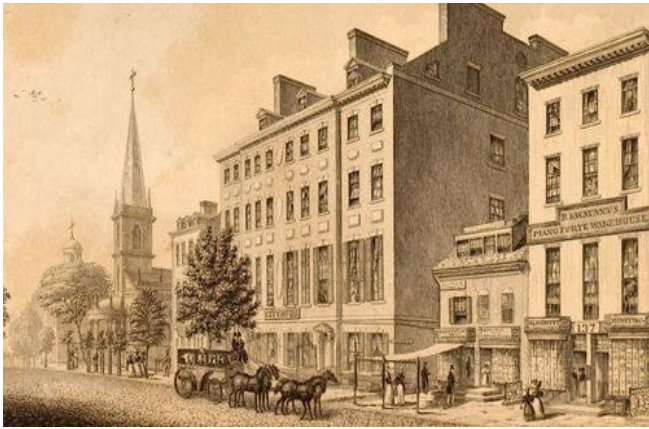
- транзитные гостиницы, обслуживающие в условиях кратковременной остановки;
- гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц, в деловых поездках;
- гостиницы для отдыха (туристские, курортные и т. п.).

Для всех этих гостиниц разработаны общие обязательные требования на период временного проживания клиентов, наличие условий для размещения, питания, бытового обслуживания, специфические требования, обусловленные необходимостью удовлетворять клиентов с учетом их запросов. В зависимости от назначения гостиниц, особенностей категорий обслуживаемых туристов и некоторых других факторов различают такие виды гостиниц, как мотель, кемпинг, ротель, флотель, ботель, туристская база, туристский приют.

Function e.r. meeting and convention	Location e.g. city centers	Price e.g. budget or luxury
Market Segment e.g. leisure travelers	Hotel Size e.g. no. of rooms	Staff to Room Ration e.g. 1 staff serving 2 rooms
Design e.g. exterior/interior design and features	Rating e.g. 5-star hotels	Distinctiveness of property e.g. all-suite hotels

Факторы, определяющие целесообразность функционирования гостиниц





Акватель – стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используется в качестве отеля.

Апарт-отель – отель, состоящий из квартир, цена которых не зависит от числа проживающих в нем гостей. Он рассчитан на самообслуживание, самостоятельное приготовление гостями еды, поэтому в номерах обязательны кухни с необходимым инвентарем.

В Европе получила развитие разновидность апарт-отеля – «анонимный пансион» – форма, которая позволяет владельцам квартир заключать договор с агентством о сдаче своей жилплощади – одной из квартир обычного жилого дома. В качестве «анонимного пансиона» может предлагаться и небольшой частный дом; иногда владелец дома сдает несколько комнат, а в остальных живет его семья.

База туристская – туристский комплекс, расположенный на маршруте с активными способами передвижения, в состав которого входят помещения для активного отдыха туристов.

Обычно принимает туристов, совершающих походы с активными способами передвижения: горные, водные, лыжные, пешеходные. Как правило, туристские базы располагаются в живописных местах, в ущельях, на опушке леса и т. п.

Бизнес-отель – специализированная гостиница для обслуживания бизнесменов.

Первый бизнес-отель был открыт в 1908 году в Буффало (США) Э. М. Статлером под названием «БУФФАЛО СТАТЛЕР» и предоставлял бизнесменам максимальные для того времени удобства: наличие индивидуальных дверных замков, водопровода, туалетных комнат, выключателей у дверей, ванн в каждом номере, бесплатной утренней газеты. Наиболее быстрыми темпами бизнес-отели начали развиваться в 20-е годы. Именно в это время был построен самый большой в мире отель «СТЕФЕНС» (1927), позже переименованный в «КОНРОД ХИЛТОН» и ознаменовавший начало империи Конрода Хилтона в гостиничном бизнесе.

Ботель – небольшая гостиница на воде, в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно.

Бунгало – небольшое строение из легких материалов, используемое для размещения туристов. Широко распространено в международных молодежных туристских центрах.

Наиболее примитивными средствами размещения в мире являются так называемые гостевые дома, где предоставляется единственная услуга – размещение.

Гостиница конгрессная – гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании гостей конгрессов и выставок.

Гостиница курортная – гостиница, специализирующаяся на приеме и обслуживании туристов, прибывших в данное место в целях отдыха и рекреации. Ее концепция включает предоставление помещений и дополнительных удобств для обслуживания индивидуальных посетителей, семей и групповых туристов, прибывающих на отдых в воскресные дни и на каникулы.

В последние годы многие курортные гостиницы с целью выровнять загрузку в межсезонье стали обращать внимание на конгрессный и деловой туризм, являющиеся вторым и третьим по значению сегментами рынка.

Гостиница курортная городская – городской отель, имеющий специальную материальную базу для рекреации гостей: рекреационные центры со спортивными тренажерами, бассейнами, прямые связи с теннисными и плавательными спортивными клубами.

Гостиница курортная конгрессная – предприятие сферы гостеприимства, которое основными своими клиентами считает компании, участники которых участие в работе конгрессов сочетают с отдыхом. Наряду с помещениями для проведения конгрессов и специализированным оборудованием может иметь собственные поля для игры в гольф, горнолыжные склоны, специальную службу досуга. *Дача* – второе рекреационное жилище, принадлежащее частному лицу и им же используемое для отдыха. Дача используется главным образом в летний период и ориентирована на семейный отдых.

Двор постоялый – старейшие предприятия сферы гостеприимства с I в. до н. э. (Римская империя). Располагались вдоль главных дорог для обслуживания путешествующих чиновников и купцов, паломников. Основные услуги: размещение и питание.

Деревня экологическая – социально организованная территория, обеспечивающая отдых в естественной среде с использованием традиционных средств размещения (изба) и питания.

Экологическая деревня обеспечивает натуральное поведение туристов, наблюдение за домашними животными, другие элементы агрорекреационного комплекса.

Кемпинг – лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, недалеко от мотеля. Туристам кемпинга предоставляются места для ночлега, часто в палатках или летних домиках, оборудованных кухнями для индивидуального приготовления пищи и некоторыми элементарными удобствами.

Мотель – гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги. Придорожный отель, в котором кроме комфортабельных номеров, автотуристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием. Мотель – средство размещения автотуристов, приспособленное для семейного размещения и обслуживания семьи, без необходимости оплаты всего комплекса услуг, как это предлагают отели. Мотели предлагают ограниченный набор услуг по более низким ценам, нежели отели.

Первые мотели появились в США в 50-е годы XX века, когда Кеммоно Уилсон построил один из первых отелей для автомобилистов – «ХОЛИДЕЙ ИНН». В начале 90-х годов доля мест размещения в мотелях США составляла 38%.

Отель – традиционный тип гостиничного предприятия, располагающийся, как правило, в крупном городе или значительном рекреационном месте, имеющий большой штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта.





Самый крупный отель в мире – «Ambassador City Jomtien» находится в городе Патая, Таиланд. Он насчитывает 5100 номеров.

Пансион – предприятие размещения, получившее широкое распространение в мировой практике. Проживание в пансионе обходится гораздо дешевле, чем в обычных гостиницах. Он не попадает под категорию звездности, так как не обязан соответствовать стандартам, это свободная фирма. Традиционный пансион отличается небольшим количеством комнат и обычно рассчитан на проживание до 10-20 человек. Он принадлежит одной семье, обслуживающей постояльцев. В стоимость проживания включается только домашний завтрак. Для пансиона характерна атмосфера радушия и тепла, что наряду с низкими ценами привлекает клиентов.

Ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами – спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет.

Фотель – плавающая гостиница, большой отель на воде, специально оборудованное судно. Иногда его называют «курортом на воде». Кроме комфортабельных номеров, здесь туристам предоставляется большой набор услуг активного отдыха: бассейны, тренажерный зал, видеотеки, водные лыжи, оснащение для подводного плавания. Такие гостиницы оборудованы также залами для конгрессов и концертов, библиотеками, помещениями для временных офисов и средствами оперативной связи. Гостиницы на воде – зафрахтованные комфортабельные суда – в последнее время часто используются для организации специализированных путешествий и круизов, таких, как бизнес-туры, конгресс-туры, туры с обучением.

Одним из основных направлений туристической деятельности является решение вопросов, связанных с обеспечением туристов средствами размещения. Сегодня мировая сеть отелей может удовлетворить любой вкус.

В столице Нидерландов находится самый высокий в мире плавучий отель. Этот комфортабельный пятиэтажный «корабль» фланирует между причалами Амстердама и создает полную иллюзию морского путешествия. Существует подводная гостиница, расположенная на дне Персидского залива в государстве Бахрейн. Она состоит из 6 корпусов, соединенных между собой оригинальными переходами. Попасть внутрь можно только в специальных прозрачных лифтах, которые опускают любителей экзотики в морскую пучину. Похожая гостиница есть и во Флориде, только она рассчитана всего на 6 человек и потому считается самой маленькой в мире. Ее общая площадь составляет всего 135 квадратных метров.

Больше всего посетителей может расположиться в отечественном гостиничном комплексе «Измайлово», построенном в Москве специально к Олимпиаде 1980 года.

Он способен вместить девять с половиной тысяч гостей одновременно. В Сингапуре находится самый высокий отель мира – 73 этажа. В столице Республики Тринидад и Тобаго Порг-оф-Спейне расположен небольшой отель для любителей острых ощущений. Он висит на скале над обрывом и зайти в него можно только через крышу.



А одна из токийских гостиниц со своими 1300 номерами предлагает самый быстрый сервис в мире. Максимальное время, которое придется затратить гостю на оформление, оплату, получение ключей и прочее, – 45 секунд. Все делается автоматически, посредством специальных видеоконтрольных устройств. Самым дорогим в мире является номер «люкс», расположенный в главном здании отеля «Фэрмонт» в Сан-Франциско. Отель построен в 1927 году, и стоимость «люкса» составляет \$6 000 в сутки. Клиент круглосуточно обеспечен услугами горничной, дворецкого и шофера. При классификации гостиниц в разных странах используются различные системы, которых на сегодняшний день существует более тридцати. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствует ряд факторов, связанных с культурно-историческим развитием государств, осуществляющих туристическую деятельность, их национальными особенностями, различиями в критериях оценки качества обслуживания и др.

Самыми распространенными классификациями являются: система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России и ряде других стран, участвующих в международном туристском обмене; система букв, используемая в Греции; система «корон», характерная для Великобритании; система разрядов и др. Наиболее часто встречающейся является французская национальная классификация, в соответствии с которой все гостиницы в зависимости от комфортабельности делятся на категории, условно обозначаемые звездами.

Австрия – один из признанных мировых лидеров по приему туристов. Именно поэтому только в горной части страны насчитывается более 20 000 отелей. К наиболее дешевым средствам размещения относятся «youth hotels», которых в Австрии не меньше 100.

В этих недорогих молодежных общежитиях желающие могут купить ночлег, хотя какие-либо особые удобства здесь вряд ли будут гарантированы.

Отели Австрии оцениваются по пятизвездочной системе, но в сельской местности нередко встречаются так называемые внекатегорийные гостиницы – небольшие одно-, двух-, трехэтажные дома, зачастую обслуживаемые фермерской семьей. Австрийские отели трех-пятизвездочной категории, на первый взгляд, мало отличаются друг от друга. Большинство гостиниц этого класса располагают бассейном, сауной, ресторанами, буфетами и соляриями.

Сходство усугубляется распространенным в Австрии романтическим стилем, в котором выдержаны интерьеры многих гостиниц. Он подразумевает присутствие старых предметов быта, гармонично сочетающихся с современной техникой.

При классификации гостиниц в Египте также используются звезды, но надо учитывать, что, по сравнению с европейской системой, они завышены приблизительно на 1/2 звезды.

В Китае для оценки применяется распространенная пятизвездочная система, хотя, в стране существует и своя специфическая шкала, в соответствии с которой к наиболее примитивным базам приема относятся «гостевые дома» (zhaodaisuo).

Эти постоянные дворы, или хостелы, могут быть сравнимы со студенческими общежитиями.

Более комфортабельными считаются «дома для гостей», (bin-guan). По существу, это – гостиницы двух-трехзвездочного уровня. К престижным средствам размещения, отвечающим требованиям, предъявляемым к отелям трех-четырёхзвездочной категории, можно отнести туристские гостиницы. При этом китайские стандарты ничуть не уступают европейским.

В Греции пользуется популярностью «буквенная» система классификации, хотя на фасадах отелей можно увидеть привычные звезды. Все греческие гостиницы делят на четыре категории: А, В, С, Д. Гостиницы категории «А» соответствуют четырехзвездочному уровню, «В» - трехзвездочному, «С» - двухзвездочному. Гостиницам высшего класса нередко присуждается категория «de luxe». Но, несмотря на приведенную классификацию, средства размещения Греции, обладающие одинаковой категорией, значительно отличаются друг от друга.

К наименее притязательным средствам размещения относятся апартаменты (скромные квартирки в небольших домиках). В гостиницах категории «С» (двухзвездочных) предлагают минимальный набор услуг и располагаются они не на самом берегу моря. Отели категории «В» (трехзвездочные), если они находятся в курортной зоне, почти всегда располагаются на побережье. Гостиницы категории «А» (четырёхзвездочные) отличает более высокий уровень обслуживания.



Гостиницы, претендующие на самый высокий уровень, отвечают международным требованиям. Классификация английских гостиниц достаточно сложна. Некоторые каталоги предлагают вполне традиционную звездную категоричность, но, как правило, на фасаде отелей изображены не звезды, а короны. Чтобы перевести категорию гостиницы с «языка корон» на «звездный», необходимо от общего числа корон отнять одну.

По сравнению с другими странами английские гостиницы имеют ряд особенностей.

Некоторые лондонские гостиницы находятся полностью в частном владении, некоторые принадлежат акционерным обществам, компаниям. При прочих равных обстоятельствах предпочтение отдается отелям, находящимся в руках одного хозяина.

Гостиничная база Италии представлена 40000 гостиниц, разбросанных по всей стране. Классификация итальянских гостиниц достаточно запутана, хотя путешественники нередко могут увидеть знакомые звезды над дверьми отелей. Официальной «звездной» шкалы в стране нет.

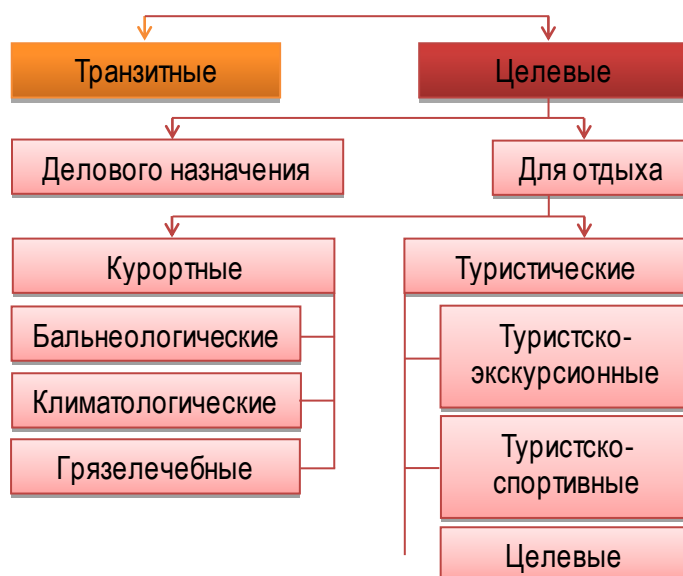
Согласно принятым в Италии нормам, отели дифференцируют по трем категориям. При этом можно предположить, что первая категория условно соответствует уровню ****, вторая - ***, третья - **. Кроме того, в рамках каждой категории существует своя произвольная градация.

К наиболее заметным отличительным особенностям итальянских гостиниц следует отнести их небольшие размеры (50-80 номеров). Израиль располагает высококлассным курортно-гостиничным комплексом на берегах Средиземного и Красного морей. Количество отелей увеличивается, а звездная классификация, существовавшая там еще 7-8 лет назад, аннулирована. На ее месте возникла дифференциация гостиниц по трем категориям. Тем не менее, сотрудники турфирм для удобства клиентов продолжают оценивать отели Израиля по звездной шкале. В Испании также существует градация средств размещения по категориям:

- гостиницы (hoteles) пяти категорий - от * до ***** звезд;
- дома гостиничного типа, бунгало четырех категорий - от * до **** звезд;
- постоянные дворы (hostales) трех категорий - от * до *** звезд;
- пансионаты (pensiones) трех категорий.

В Португалии широчайший выбор отелей, вилл и апартаментов для проживания.

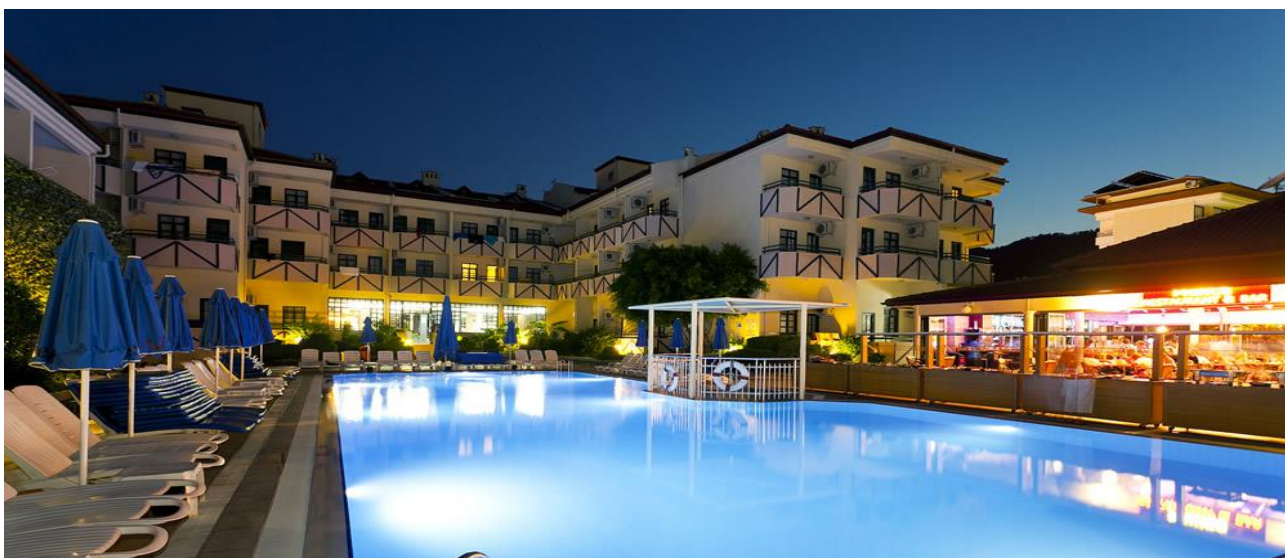
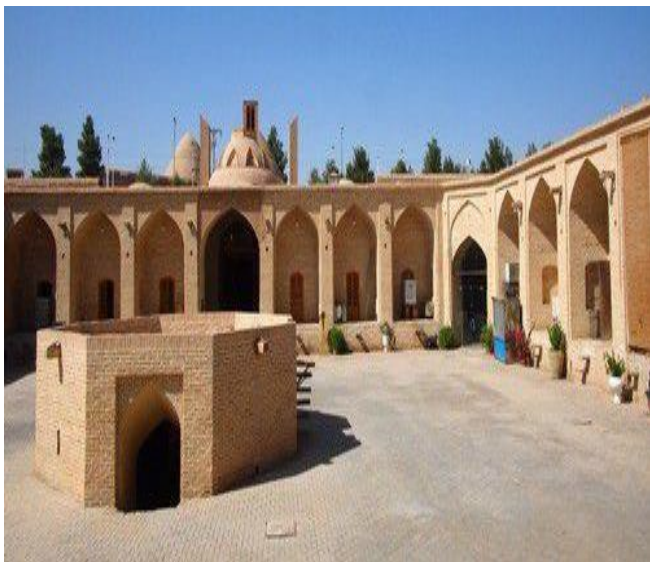
В каждом городе есть разнообразные отели: и престижные – «Sheraton», «Renaissance», «Best Western», «Leading Hotels», и скромные, недорогие. При этом уровень сервиса в любом отеле отвечает самым высоким стандартам европейского обслуживания. Самое экзотическое размещение предлагает Португалия. Пузада – это старинный замок XVII-XIX веков, сохранивший свой колорит и красоту.

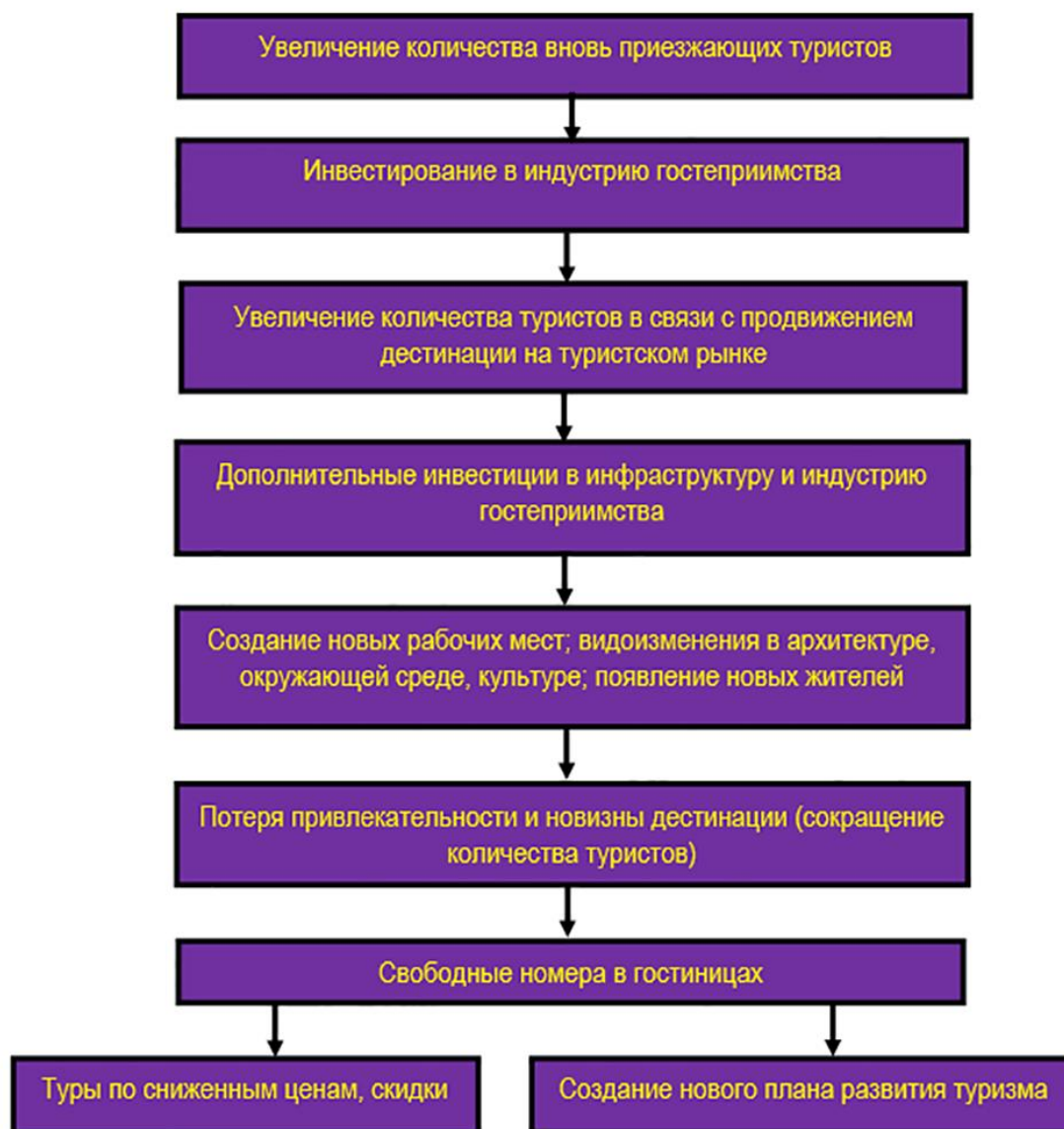


Некоторые из этих замков функционируют как музеи, другие превращены в отели. Расположены они по всей стране, в том числе и на побережье, и классифицируются как отели от 3-5*. Гостиницы стран Бенилюкса (Бельгия, Нидерланды, Люксембург) классифицируются по системе (Benelux Hotel Classification). Согласно этой системе от одной до пяти звезд присуждаются следующим средствам размещения:

- *отель – кафе – ресторан* – учреждение, которое построено и приспособлено для жилья, но где так же функционируют кафе, ресторан или и то и другое;
- *мотель* – учреждение, объединяющее вместе отель, кафе и ресторан, вблизи автомобильных дорог и обслуживающее путешествующих автомобильным транспортом;
- *отель-ресторан* – учреждение, приспособленное для жилья, функционирует ресторан;
- *отель-гарни* – учреждение, предоставляющее жилье, обеспечивающее только койкой и завтраком;
- *апартамент-отель* – учреждение, предоставляющее жилье в квартире, студии или других аналогичных помещениях.

Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны государства иностранной валютой. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса, модернизации старых.





Новые задачи сферы гостеприимства



Отель MRIYA RESORT & SPA в Ялте в 3 раз получил международную премию World Travel Awards





ГЛАВА 3.

ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

3.1. ДОСТИЖЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современная образовательная реформа в любой стране мира – обычно история большого коллективного усилия множества высококвалифицированных людей, выполняющих многие требования, являющиеся результатом ожиданий всех слоев общества.

Интересы и ценности разных социальных групп иногда спорны и конфликтны. История образовательных реформ – это история взлетов и падений, социальных и политических конфликтов, история многих ошибок и относительных успехов, но поскольку образовательная реформа осуществляется в течение многих лет, она приносит изменения во многие аспекты жизнедеятельности человека и общества.

По мнению О. Анвайлера, окончание всякой реформы часто представляет собой новое начало приспособления к новым требованиям из-за событий, происходящих в обществе, в глобальном контексте, в образовательной системе, или в дисциплинах.

В последнее время круг международного общения значительно расширился. Если раньше международное сообщество сосредотачивалось традиционно на принятии общих соглашений или решении острых вопросов, а в международной деятельности принимало участие ограниченное число профессионалов, то сегодня этим занимается все больше людей с разными культурными, языковыми, религиозными, этническими основами.

Новые требования общественно-экономического развития к подготовке кадров предполагают использование достижений профессиональной педагогики, задача которой – определение ее особенностей в туристических сферах разных стран.

В современных условиях система ступенчатого высшего образования является важным этапом вхождения нашей страны в мировое просвещенное пространство.

Концептуальные подходы к формированию новых образовательных систем предполагают: исследование направлений оптимизации подготовки специалистов новой генерации; максимальное удовлетворение образовательных потребностей личности и общества; дифференциацию профессиональной подготовки. Учитывая международную значимость Украины как нового независимого государства в Европе, интеграционные процессы на европейском рынке, значимость профессионального образования как одной из важнейших сфер общественной деятельности, правительство Украины разработало ряд мер по его реорганизации.

Создание системы украинской национальной школы, провозглашенной в 1993 году в Государственной национальной программе «Образование. Украина XXI столетия», «Концепции профессиональной школы Украины» (1991), принятие нормативных документов: Постановления Кабинета Министров «Положение о государственном высшем учебном заведении» (1996), «Об утверждении положения о просветительно-квалификационных уровнях (ступенчатое образование)» (1998), «О разработке государственных стандартов высшего образования» (1998), Приказы Министерства образования и науки: «Положение об организации учебного процесса в вузе» (1993) «Положение о ступенчатой системе образования на Украине» (1993),

«Положение о модульно-рейтинговом принципе обучения студентов и контроле их знаний» (1997), Указы Президента Украины: «Об основных направлениях реформирования высшего образования на Украине» (1995), «Об основных направлениях реформирования профессионально-технического образования» (1996), «О дополнительных мерах по обеспечению развития образования на Украине» (2001), «О Национальной доктрине развития образования» (2002) – действия, призванные коренным образом изменить ситуацию в системе образования нашей страны.

Научно-исследовательские институты АПН Украины вносят значительный вклад в формирование основ отечественного образования.

Под руководством отечественных педагогов эта проблема рассматривается многопланово:

- высшее образование – проблемы и перспективы развития;
- теория и практика;
- проблемы, поиски и перспективы;
- философия, педагогические парадигмы и прогнозирование;
- педагогические технологии в профессиональном образовании;
- теоретико-методологические основы системного анализа педагогического процесса в высшей школе;
- психология труда;
- профессиональное образование за рубежом.

Для эффективного внедрения ступенчатого образования необходимо решение целого комплекса задач на основе комплексного подхода в его организации, разработки стратегического менеджмента в системе высшего образования и полной информатизации общества.

Следует разработать обновленный соответственно требованиям государственного развития Украины в III тысячелетии перечень квалификаций специалистов с высшим образованием и специальностей, позволивший четко дифференцировать цель и содержание подготовки специалистов в вузах Украины. Проведена значительная работа по созданию и широкому внедрению в учебный процесс его составных компонентов: просветительно-квалификационных характеристик по всем специальностям; учебных программ и планов; структурно-логических схем подготовки специалистов; практики; комплексных квалификационных задач и контрольных работ для мониторинга знаний студентов.

Эффективность новых компонентов содержания образования непосредственно связана с внедрением новых педагогических технологий, направленных на принципиальное изменение учебно-воспитательных приоритетов в направлении становления личности студента как субъекта собственного учения и развития, субъекта социального самоопределения.

На основе синергетического видения произошла трансформация в понимании общественно-политических событий. В современном мире будущее не возможно точно предвидеть, а современность предполагает несколько потенциальных путей развития, заставляет специалиста находиться в состоянии постоянного поиска, выбора оптимального решения.

О. Шефтер в своем научном труде «Повышение квалификации в трансформированном обществе» утверждает в качестве новой педагогической стратегии, отвечающей общемировым потребностям гуманизации образования, переход от экстенсивно-информативного типа обучения к открытому, независимому, консенсусному обучению; от эмпирично-культурной парадигмы воспитания к социологизованной. Такой подход побуждает поставить в центр образования широкое внедрение и эффективное использование самостоятельных форм обучения, развитие творческих способностей будущих специалистов. Для развития системы ступенчатого образования в Украине некоторые ученые (Н. Воскресенская, Б. Вульфсон, П. Скотт) считают целесообразным обратить свой взор на пути решения образовательных проблем в Великобритании, Германии, Франции и других странах мира с целью совершенствования всей системы отечественного профессионального образования на основе интеграции и эффективности.

Одной из причин горизонтального разрастания учебных заведений и образования является появление и расширение возможностей его получения в других странах.

На протяжении последних десятилетий все европейские страны стали определенным образом взаимозависимыми. Возможность студентов получить образование в другой стране является составной частью интернационализации взаимоотношений между странами и народами.

Получение студентами образования в других странах стало своеобразным ответом молодого человека на понимание им глобальных вопросов, проявлением его заинтересованности в подготовке себя к жизни и работе во взаимозависимом мире. Возрастание и развитие стали основными чертами, присущими высшему образованию 80-90-х годов.

С 1980 по 2005 год количество студентов в сфере высшего образования во всем мире выросло с 51 до 102 миллионов, в результате чего прирост составлял 51 миллион студентов.

Такие характерные особенности увеличения численности студенческого контингента свидетельствуют о том, что в социальной сфере происходят важные изменения. Сама структура общества меняется, происходят структурные преобразования в социальных группах населения, появляются новые потребности и новые стремления. Изменения в экономической деятельности определяют подход к занятости населения. Развитие образования в перспективе приведет к еще большим социальным изменениям. Преобладающее значение знаний в современном мире, с одной стороны, и возрастание требований к тем, кого готовит высшая школа, с другой стороны, повышают ее ответственность и значимость перед обществом, повышается роль непрерывного образования и образовательной активности на протяжении всей жизни человека.

По мнению Д. Пратта («Унификации высшего образования в Великобритании»), высшее образование Британии с начала 80-х переживает большой приток студентов.

Общее количество абитуриентов, которые желают получить высшее образование, уже в 1994 году составляло 1.7 миллиона. В сравнении с 1979 годом количество студентов, которые поступили на дневную форму обучения, выросло с 12 % до 30 %, количество студентов старше 21 года, увеличилось с 25 % до 160 %.

Состояние дел в системе образования Британии свидетельствует о больших достижениях в сфере профессионального образования. При планировании масштабной деятельности в сфере высшего образования появляются новые проблемы, с которыми сталкиваются государство и руководители предприятий. В качестве одной из весомых проблем рассматривается вопрос равновесия количества и качества образования. Новые требования к качеству образования должны отвечать возрастающим разнообразным потребностям мирового рынка труда.

Некоторые из указанных выше тенденций – быстрый и стойкий рост контингента студентов; повышение международной мобильности; высокая сумма затрат на высшее образование и увеличение его стоимости – объясняют могущественный потенциал высшего образования.

Образование – чувствительная, восприимчивая область, традиции же образования Великобритании особенно стойкие. Британские образовательные системы коренным образом различаются своей организацией, содержанием и перспективами. Национальное правительство неохотно идет на изменения индивидуальности специфических образовательных систем.

Во-первых, они должны оставаться постоянными, так как духовное формирование человека, человечества, в целом, не должно иметь резких скачков, тем более каких-то значительных перерывов в единой цепи знаний. Это препятствует прогрессу образовательной политики общества вообще. Во-вторых, эти системы должны быть самыми революционными, ощущать и воспринимать новейшие научные открытия, так как иначе они просто не смогут выполнить свою функцию духовного и интеллектуального проводника и двигателя дальнейшего развития человечества. Реформа образования началась в Великобритании с принятием Закона об образовании в 1988 году. Это было вызвано обеспокоенностью правящих кругов снижением конкурентоспособности страны в сравнении с другими государствами Запада.

По мнению К. Сидни, реформирование образования непосредственно связано с недостаточно высоким образовательным потенциалом населения.

Авторы реформы подчеркивают: «Образование – это не только передача знаний, но и наделение моральной и духовной силой. Образование должно передавать от поколения к поколению такие человеческие ценности, как справедливость, уважение ко всем людям, чувство обязанности к общине, обществу, заботу о ближнем, о культурном наследстве нации и человечества». В 1997 году было провозглашено: «Тремя главными национальными приоритетами являются: *образование, образование, образование*».

Важными задачами этой сферы назвали улучшение обязательного и профессионального образования, а также реформа финансирования университетской системы.

Д. Мауч и Л. Пола в исследовании «Реформы и изменения в сфере высшего образования: международные перспективы» говорят об актуальности задач, обусловленных изменениями социальной политики государств в последние годы.

Английский вариант реформ как переход от «*welfare*» к «*workfare*», то есть от заботы государства о благосостоянии гражданина к заботе о том, чтобы гражданин имел работу и сам обеспечил себе благосостояние. При таких условиях значение профессионального образования возрастает, как и забота государства об этих образовательных аспектах.

Образовательные нововведения начаты на основе национального суверенитета соответственно традиционным английским взглядам на образование.

Анализ нововведений университетов Великобритании показывает, что они преимущественно направлены на организацию подготовки специалистов к профессии, усовершенствование качественного их обучения, акцентируется скорее сотрудничество, чем гармонизация или стандартизация.

Университеты сегодня получают дополнительный шанс сыграть более влиятельную роль в образовании за счет расширения сферы своей деятельности, а именно, развития образования для взрослых и непрерывного образования.

В 1974 году Министерство образования и науки Великобритании подчеркнуло, что «ни в каком случае образование не должно быть составной частью экономики» (Резолюция Министерства Образования, 20.8.1974). Образование и обучение теперь также рассматриваются как «важная составная Европейского сотрудничества» (Комиссия Совета Образования, 24.5.1988).

В докладе И. Кирби «Познавательные стратегии и образовательное исполнение» на семинаре образовательных учреждений Великобритании (1984) было провозглашено начало создания и имплементации определенных, образовательных ориентиров, что стало толчком к развитию профессионального образования.

В резолюции министров образования на заседании Совета Европы (1976) были провозглашены основные положения для внедрения в образовательную политику сообщества:

- повысить уровень технического и научного обеспечения образования, учитывая все образовательные уровни: школьное, высшее и профессиональное образование, как для граждан страны, так и для иностранцев;
- обеспечить квалификационное соответствие с системой образования Европы;
- компилировать и накапливать документацию и статистический материал по вопросам образования;
- сотрудничать с учебными учреждениями высшего образования;
- изучать иностранные языки;
- демократизировать образование, внедрять единые требования для свободного доступа ко всем видам образования.

Непрерывное профессиональное образование, как мировая тенденция, формируется в начале 70-х годов XX столетия. В этот период усилилась тенденция к международному сотрудничеству в сфере образования.

Речь идет о широкой деятельности ООН, ЮНЕСКО, МОТ, принявших ценные документы по проблемам профессионально-технического обучения разных категорий населения.

В основу реформирования национальной системы образования были положены общие принципы теоретического и практического развития концепции непрерывного профессионального образования, обоснованную всемирно-известным теоретиком П. Ленграндом на конференции ЮНЕСКО в 1965 году. В основу предложенной концепции непрерывного образования положены общепризнанные идеи гуманизма. Необходимо создавать условия для полноценного развития и всесторонней деятельности человека на протяжении всей жизни на разных этапах его профессионального становления и развития, начиная с выбора направления профессиональной деятельности и продолжая его в послепрофессиональном периоде жизни.

Содержание профессионального образования Британии испытывает существенную трансформацию в контексте процессов демократизации.

Элитарный принцип построения содержания образования, преобладавший на стадии развития капитализма в Англии и служивший для воспроизведения существующей классовой структуры общества для поддержания общественного равновесия, уходит в прошлое.

Вопросы образования в Великобритании решаются не на уровне королевства, а на уровне правительств Англии, Шотландии, Северной Ирландии и Уэльса.

Согласно индексу Пирсона, Британия заняла 2-е место в Европе и 6-е место в мире. При этом шотландская система образования получила относительно более высокие оценки, чем в целом по стране. ВВП на душу населения – \$ 38711, 21-е место в мире.

На постиндустриальной стадии развития обществу присущие взгляды на знания как на мощный механизм социальной мобильности. По данным ЮНЕСКО половина всех иностранных студентов мира приходится на Великобританию, США, Францию и Германию.

Тенденция роста количества студентов, получивших образование в других странах, подтверждается общим увеличением студентов во всем мире.

Количество иностранных студентов в Европе также быстро увеличивается: в Великобритании, Португалии и Германии ежегодно прирост составляет 13,9 %, 13,0 % и 8,4 % соответственно.

Такое увеличение студенческой массы частично состоялось благодаря инициативам Европейского сообщества по поощрению мобильности студентов в Европе. Результаты анализа Европейской комиссии показывают, что 60% потоков студентов в Европе направляются в три страны: Великобританию, Германию и Францию.

Важным документом на пути консолидации усилий в этом направлении стала постоянная Резолюция министров образования ЕС 1988 года о начале осуществления транснационального проекта под названием «Европейское пространство в образовании» (*European Dimension in Education*). Указанная резолюция призвана привлечь страны ЕС к созданию национальной программы, цель которой состоит в:

- развитию у молодых людей чувства европейского единства, уважения к общему культурному наследию и принципам защиты прав человека, принципам демократии и социальной справедливости (Копенгагенская Декларация, 1978);
- подготовке молодежи к активному участию в экономической и социальной жизни содружества;
- разъяснении молодым преимуществ экономико-социальной политики ЕС;
- углублении у молодежи знаний исторического, культурного, экономического и социального аспектов развития европейских сообществ.

Учитывая новые направления деятельности европейского сообщества, Европейский Совет министров образования на 17 сессии постоянно действующей конференции (Вена-Страсбург, 1991) вменил в обязанность министерствам образования стран ЕС внедрить спецкурс «Европейское пространство» в существующие системы высшего образования.

Определены пять основополагающих принципов построения спецкурса и дисциплины «Европейское пространство»:

Мультикультурная Европа: создание европейского пространства в системе профессиональной подготовки в университетах, изучение иностранных языков, подготовка преподавателей высшей школы.

Мобильная Европа: взаимопризнание ценности дипломов и профессиональных квалификаций, обеспечение обучения и стажировки студентов и преподавательского персонала за границей, разработка форм, когда педагоги могли бы временно работать в других странах ЕС.

Европа профессионального образования для всех: равенство прав и возможностей молодежи приобретать образование высокого уровня в любой стране Содружества.

Европа умений и знаний: повышение уровня базового образования, приведение системы подготовки учителей в соответствие с экономическими, технологическими и социально-культурными требованиями развития общества, усовершенствование всех секторов образования (технического, профессионального, высшего), улучшение последиplomной подготовки кадров.

Европа, открытая для мира: укрепление связей с международными организациями по вопросам образования, развитие новых форм контактов с развивающимися странами.

Американские экономисты В. Манеш и М. Райли, исследующие проблемы планирования и развития, взаимоотношения рынка трудовых ресурсов и национальных систем профессионального образования, подчеркивают тот факт, что деятельность ЕС играет важную роль в развитии интеграционных процессов в мире. Одна из существенных тенденций в сфере образования – его интеграция в единую мировую систему в качестве составного элемента экономики. Это подтверждается вкладом ЕС в профессиональную подготовку кадров:

- создание внутреннего рынка, свободное передвижение людей, поощрение инициативы и нововведений на всех уровнях человеческой деятельности;
- укрепление связей между образованием и экономикой на всех уровнях;
- сокращение региональных расхождений и увеличение социального единства сообщества. Основной целью профессионального образования является обеспечение возможности успешного вступления в мир труда. Международные контакты становятся всеохватывающими, возникновение в сфере промышленного производства межнациональных и межгосударственных концернов-конгломератов, требует унификации в профессиональном образовании, единого стандарта подготовки специалистов. Поиск единых подходов к формированию современного содержания профессионального образования требует учета многих объективных и субъективных факторов, влияющих на этот процесс.

По мнению Д. Чоу, к объективным факторам, сказывающимся на качестве формирования и реформирования современной системы профессиональных знаний в туризме, принадлежат:

- накопленный в обществе совокупный объем знаний;
- имеющиеся материально-технические ресурсы;
- культурно-исторические особенности развития сообщества.

Американский исследователь проблем профессионального образования П. Ворсли исследует три типа революций, как главных компонентов эволюционных сдвигов в европейском обществе: *промышленную, демократическую, просвещенскую*.

В этом направлении очень активно действует Германия, которая имеет прочные исторические корни создания и функционирования системы профессионального обучения. Эта страна является примером не только для многих европейских, но для большинства развивающихся стран в разных уголках мира. Расходы на образование считаются одним из ключевых показателей социального развития, так как отражают степень внимания, уделяемого государством и обществом образованию граждан. Инвестиции в образование – это важный способ увеличения человеческого капитала страны и улучшения перспектив экономического развития.

Они имеют и собственную ценность, поскольку образование расширяет кругозор людей, обеспечивает им возможность самореализации, способствует их материальному благополучию и здоровому образу жизни. Германия стремится к организации одной из лучших образовательных систем в мире. Образование полностью в ведении государства и, следовательно, не имеет никакого отношения к местному управлению. Немецкие университеты признаны одними из лучших в мире и способствуют распространению образования в Европе.

Правительство Германии поставило перед собой цель обеспечить все слои населения достойным образованием для усиления потенциальных возможностей участия молодых людей в интересах экономики страны. Для этого потребуется в высшей степени качественная организация всего процесса подготовки специалистов в разных сферах экономики в тесном взаимодействии таких составляющих, как работа, образование, способности и конкуренция в масштабах всей страны.

В 2016 году бюджет Германии на образование и науку составил € 9,3 млрд.; € 5 млрд. предоставляет федеральное правительство для эффективного объединения научных и социальных знаний. Становится возможным организовать и сформировать многогранное и глубокое предложение в культурном и образовательном аспектах, интересное для многих стран. Важное место в этом процессе немецкие исследователи (К. Бергер, Х. Брандес, Г. Вальден) отводят «Программе действий» для снижения безработицы среди молодежи.

В результате политики правительства растет понимание того, что высшее образование и повсеместная организация его структуры являются главными направлениями дальнейшей структуризации всей образовательной системы.

Главная цель – создание мощной боеспособной системы профессионального образования, звеньями которой являются: обучение, профессиональный опыт и повышение квалификации вместо существовавших ранее отдельных разрозненных структур. Вторым важным моментом правительство считает концентрацию предложений по улучшению шансов на получение образования молодыми людьми с недостаточными стартовыми возможностями, включая эмигрантов.

С другой стороны проводился целый ряд мероприятий по совершенствованию дуальной системы профессионального образования в Германии, модернизации существующих профессий и созданию новых, расширению сферы применения старых профессий в сфере услуг, усовершенствование обучающих возможностей на предприятиях и повышение их результативности.

В Германии проводится широкая дискуссия между представителями федерации и земель, представителями науки и экономики, экспертами и общественными организациями с целью понимания тем «Реформа образования» на национальном и международном уровнях и «Образование и квалификация – цели завтрашнего дня» с точки зрения качества и будущности образовательной системы. Цель программы занятости населения, профессиональной подготовки и переподготовки, повышения квалификации до 2020 года – развивать инновационный потенциал рабочей силы, достижение целостности рабочего процесса, и его оптимальности.

Приоритеты отдаются организации конкурентоспособного профессионального образования и развития личности. Немецкий исследователь проблем подготовки кадров К. Шобер утверждает, что политика профессионального образования должна развиваться в рамках гибких условий и структур для профессионального первого образования и повышения квалификации во всех сферах профессиональной жизни. Для решения данной задачи важно внедрить новые технические средства обучения и техническое оснащение учебных заведений в целом.

Целесообразно усилить теоретическую часть обучения и повысить познавательную его ценность не только в учебном заведении, но и на рабочем месте. Это потребует преодоления недостатка высококвалифицированных педагогов, ученых и практиков для профессиональной подготовки специалистов, дефицит которых является следствием демографических изменений.

Правительство Германии возложило решение этой задачи на государственные и общественные организации. Цель – создание всех условий для осуществления основного закона «профессиональное образование для всех». Дуальная система профессионального образования в результате сильных изменений приобретает общественное значение.

В дебатах о необходимости ее реформирования присутствует тезис – профессиональное образование должно строиться на основах опережения профессиональной концепции. В центре стратегий по модернизации профессионального образования лежат гибкость и прозрачность.

По мнению немецких исследователей проблем профессионального образования в Германии (А. Буш, У. Мюллер, А. Плегер, Л. Цибель), при модернизации и развитии новых профессий развиваются также новые структурные модели.

В новых землях около 60% молодых людей будут задействованы в программе «Учиться в меняющемся мире и для него – учиться в течение всей жизни».

Структурные изменения в обществе и экономике можно осуществлять только с помощью социально-обусловленного развития всех составляющих обучения в течение всей жизни для того, чтобы все люди: развивали в себе готовность учиться в течение всей жизни; владели необходимыми для этого способностями; могли использовать новые образовательные возможности в повседневной жизни и на работе.

Как утверждает Ф. Ройнер, в процессе совершенствования системы профессионального образования в «обществе, которое учится» существуют две цели: усиление интеграции политических, культурных и профессиональных качеств в общей системе высшего образования; лучшая сочетаемость всех образовательных компонентов содержания и методов.

Такое единство целей является важным шагом на этапе создания новых квалификационных требований (переподготовка, повышение уровня знаний).

Программа действий «Обучение на протяжении всей жизни для всех», провозглашенная Министерством образования и науки Германии, связывает воедино разнообразие научных, исследовательских и экспериментальных разработок по всей стране.

Инновации и концепция для реализации нового обучающего сообщества должны внедряться шире и настойчивее, чем раньше. Инновации внедряются с помощью детальных программ и проектов: «Обучающий регион – содействие сети регионов», а также программа научных исследований «Развитие компетенции культуры обучения».

На эти цели правительство выделило на 2000-2016 годы € 688 млн., министерство образования выделило дополнительно € 50 млн. из европейской социальной программы «негосударственное обучение, развитие компетенции внутренних культур».

По мнению К. Бройера и У. Мюллер, с точки зрения дальнейшего развития новых информационных средств, значение неформального образования, интегрированного в рабочий процесс, будет возрастать. В сфере профессионального образования будет развиваться сотрудничество различных партнеров и широкий спектр обучающих возможностей для всех.

Для тех, кто желает усовершенствовать свои знания, как в личной, так и в профессиональной сфере. Это относится как к тем, кто вообще не учился, так и к руководителям и специалистам.

При этом открываются новые возможности также для предпринимателей – разработка новых требований для того, чтобы выстоять в конкурентной борьбе. В этом направлении необходимо развивать новые стратегии в международном и национально-обусловленных контекстах.

В предложениях ЕС сформулированы цели занятости, гибкости, предпринимательской жилки. Во всех сферах образования будут развиваться новые эффективные формы преодоления текучести кадров с помощью нового широкого понимания профессиональной переподготовки.

М. Веннеманн подтверждает тот факт, что новые информационные технологии за последние 10 лет значительно повлияли на процесс обучения во всех сферах жизнедеятельности, особенно сферы услуг.

Поэтому создание общей концепции интеграции современных глобальных коммуникативных технологий в процесс образования стало необходимым.

На осуществление программы содействия «новые средства информации в образовании» были выделены финансы, начиная со школ и заканчивая университетами.

Цель программы – интегрировать средства информации в качестве обучающих методов в учебный процесс, и тем самым поднять обучение на качественно новый уровень.

Особое внимание уделяется повышению мастерства педагога с использованием новых технических средств. При расширении образования на всю Европу через усиление национальных достижений и их интеграцию в европейское пространство возникают новые совместные процессы в плане образовательной политики.

Образование не должно ограничиваться только обеспечением занятости. Посредством различных процессов (конференции и семинары в Люксембурге, Кардиффе, Лиссабоне) была создана мощная система отчетов, которая предполагает разработку новых структур с широкими постановочными задачами. Инвестиции в человеческие ресурсы, образование и науку будут расти в среднем на 12,5% по сравнению с 1998-2000 годами.

Правительство Германии предпринимает ряд мер:

- создает предпосылки для профессионального обучения молодого поколения;
- обязуется принимать активное участие в рамках проектов ЕС в 2000-2020 годах в финансировании международного обмена в профессиональном образовании;
- поддерживает приоритеты, сформулированные в Стокгольме относительно политики ЕС «наступление на образование и мобильность» и «достижение мировых высот в исследованиях и технологиях». В марте 1995 года были приняты сразу 4 решения о сотрудничестве в разных сферах образования в рамках ЕС. В 1995 году Европарламент и Совет учредили Программу действия «Сократес», призванную содействовать развитию сотрудничества стран-членов в сфере высшего образования, повышению ее качества и усилению европейского измерения.

В июне 1997 года Совет министров образования впервые обсудил предложение о Рекомендациях по обеспечению качества в высшем образовании. В окончательном виде Рекомендации о Европейском сотрудничестве по обеспечению качества в высшем образовании были приняты Советом в 1998 году; не имели обязательной силы, но были призваны способствовать сближению национального регулирования, действуя как нормы «мягкого права».

На Заседании Совета по образованию 26 ноября 1999 года, обсудившем результаты открытой дискуссии о роли образования и подготовки кадров в следующем тысячелетии, было принято Решение о новых рабочих процедурах, закрепленное Резолюцией Совета от 17 декабря 1999 года «В новое тысячелетие: новые рабочие процедуры для европейского сотрудничества в сфере образования и подготовки».

Новый этап сотрудничества в сфере образования в ЕС связан с принятием Европейским советом в марте 2000 года Лиссабонской повестки дня и в марте 2001 года программы «Образование и профессиональная подготовка 2010». Она призвана содействовать достижению «стратегической цели следующего десятилетия: стать конкурентоспособной и динамичной, основанной на знаниях, экономикой мира, способной обеспечить устойчивый экономический рост, рабочие места лучшего качества и социальную сплоченность общества».

Для достижения данных целей Европейский Совет призвал государства-члены «...предпринять необходимые шаги в рамках их сферы компетенции, с тем, чтобы:

- обеспечить увеличение инвестиций в граждан из расчета на душу населения;
- определить Европейски рамки базовых умений для обучения в течение всей жизни;
- ликвидировать препятствия мобильности преподавателей и привлечь высококвалифицированных преподавателей».

- определить до конца 2020 года способы развития мобильности студентов, преподавателей и другого персонала, занятого в сфере образования и подготовки, обеспечивая большую прозрачность в признании квалификаций и периодов обучения и подготовки.

Европейский Совет поручил Совету по образованию определить конкретные будущие цели образовательных систем, концентрируясь на общих проблемах и приоритетах и уважая национальное своеобразие. Целый ряд последующих актов Совета направлен на решение тех или иных конкретных задач в сфере образования, сформулированных в изложенной программе.

В 2002 году Совет принял Решение о развитии лингвистического разнообразия и обучения иностранным языкам, без чего невозможно решить задачу повышения уровня и качества мобильности.

В том же году принято Решение Совета об образовании в течение всей жизни, направленное на объединение усилий стран-членов на всех уровнях, чтобы «превратить в реальность идею Европейского пространства образования в течение всей жизни».

Основой для разработки Программы «Образование и профессиональная подготовка 2010» стал Доклад Комиссии о «Конкретных целях для систем образования», одобренный на заседании Совета министров образования 12 февраля 2001 года, и на Стокгольмском Саммите в марте 2001 года. Европейский совет, учитывая роль образования в достижении целей повышения занятости, поручил Совету по образованию и Комиссии «представить детальный проект программы по реализации целей систем образования и подготовки, включая оценку достижений в рамках открытого метода координации ...».

Важными принципами, на которые опирается сотрудничество государств-членов ЕС, является единая всеобъемлющая стратегия, интегрирующая различные направления, включая взаимодействие с другими международными организациями (ОЭСР, Совет Европы); принцип синергии с другими видами деятельности, направленными на повышение прозрачности, признания и обеспечения качества в различных секторах образования.

Совет подчеркнул, что тремя базовыми принципами этой стратегии являются *повышение качества, доступности и открытости образования*.

Динамика развития сотрудничества в сфере образования в ЕС тесно связана с динамикой интеграционных процессов и конгруэнтна четырем этапам модификации взаимосвязи между экономической интеграцией и социальным развитием, выделяемым в истории ЕЭС.

На всех этапах развития сотрудничества в данной сфере неизменным остается принцип субсидиарности. Подход, предусматривающий создание общей законодательной рамки на основе согласия относительно приоритетов, целей, и принципов, но оставляющей пространство для конкретизации и воплощения плана действий на национальном уровне, оказался на практике наиболее эффективным для сотрудничества в сфере образования.

В ткани нормативной основы сотрудничества сочетаются как инструменты «мягкого» права – рекомендации, заключения, резолюции; так и «жесткого» права – директивы.

Все они регулируют взаимное признание профессиональных квалификаций.

Инструменты «мягкого права» находят применение также при разработке и осуществлении программ ЕС по образованию и мобильности, развитию лингвистического разнообразия, обмену инновационными технологиями и повышению качества образования.

Важными факторами успеха сотрудничества являются:

- наличие наднационального института (Европейской Комиссии), обеспечивающего осуществление действий, «поддерживающих, координирующих и дополняющих» политику государств-членов;

- эффективная институциональная архитектура, включающая структуры многоуровневой координации, обеспечения информационных потоков, методическую поддержку и мониторинг, а также надежную статистическую базу;

- достаточный опыт сотрудничества, обеспечивающий высокий уровень доверия участников;

- адекватные ресурсы, выделяемые для осуществления программ сотрудничества, как на национальном, так и наднациональном уровнях.

В процессе развития сотрудничества в сфере образования сформировались некоторые элементы метода, впоследствии названного *открытым методом координации*.

Основные составляющие ОМК:

- совместное установление целей, «систематическое распространение знания и опыта»;
- убеждение на основе практики и диалога с коллегами;
- производство нового знания, включая формирование общего дискурса, сопоставимой статистики, общих индикаторов;
- повторение и стратегическое использование политических связей», мониторинг и сравнение результатов. Эти инструменты институционализированы и действуют в ЕС.

Аналогичным образом они работают и в рамках Болонского процесса.

Характер взаимодействия между развитием сотрудничества в сфере образования в ЕС и формированием общего пространства высшего образования меняется, трансформируясь от параллельного движения к обеспечению комплементарности и последовательности инициатив по мере того, как растет понимание общности целей и необходимости синергии инициатив.

С достаточно высокой степенью достоверности можно прогнозировать усиление влияния образовательной политики на этот вектор и содержание интеграционных процессов в ЕС.

При сохранении межгосударственного характера сотрудничества сохранится тенденция к расширению сфер и углублению кооперации, усилению роли европейских институтов.

На заседании ес 23-24 марта 2000 года в Лиссабоне главы правительств ряда европейских стран разработали стратегически новую линию на превращение ес в конкурентоспособное мировое экономическое пространство с возрастанием роли образования не только в политическом, но и в экономическом плане. Образование и профессиональная подготовка станут на повестке дня в качестве необходимости создания научного общества и обеспечения большей занятости молодого поколения. Каждая страна-участница разработала план действий, направленный на решение данных задач:

- улучшение деловых способностей;
- развитие духа предпринимательства;
- содействие соответствию квалификаций всех работников их обязанностям;
- предоставление возможностей выбора деятельности для женщин и мужчин.

Многие исследователи международных проблем профессионального образования (О. Анвайлер, К. Бергер, К. Броуер, У. Мюллер) подчеркивают тот факт, что такая тактика будет способствовать появлению дополнительных 4 млн. рабочих мест на европейском рынке труда.

Для достижения полной занятости на следующие 10 лет необходима разработка единой европейской информационной платформы для осуществления мобильности по всей Европе, наряду с созданием многоязыковой европейской специализации.

Меморандум по поводу обучения на протяжении всей жизни был представлен 9.11. 2000 на заседании Комиссии по образованию ЕС. Он предлагает 5 заключительных сфер действия:

- новые возможности для всех;
- повышение инвестиций в трудовые ресурсы;
- инновации в обучении и образовании;
- оценка обучения;
- новые идеи в профессиональной подготовке с учетом пожелания граждан.

Важное внимание ЕС уделяет разнообразным образовательным программам.

I. «Сократ II». Эта программа содействует совместной работе в Европе в сфере образования. Она предусматривает осуществление ряда мероприятий под названием «Эрасмус», «Коменус», «Лингва», «Грундтвиг», «Менерва» на протяжении своего действия.

Программа «Сократ II» совместно с программой «Леонардо да Винчи II» способствует совместной работе в сфере образования в Европе.

II. «Леон II» – программа в сфере профессионального образования, считающая своей целью содействовать повышению качества профессионального образования в европейских странах-участницах данного проекта. Бюджет программы составил € 140 млн.

Германия выделила € 11,4 млн. на ряд мероприятий по защите программы, на проекты по обучению молодых безработных, выпускников и студентов вузов, повышение квалификации преподавателей, влияющие и ответственные за профессиональное образование.

Erasmus+ – это программа Европейского Союза (ЕС), которая поддерживает проекты, партнерства, мероприятия и мобильность в сфере образования, профессионального обучения, работы с молодежью и спорта. Программа, действующая с 2014 по 2020 годы, предоставляет финансирование для развития сотрудничества во всех этих областях, как между европейскими странами, так и между европейскими странами и странами-партнерами во всем мире. Erasmus+ признает важность широкого, не ограниченного странами ЕС, международного сотрудничества во всех этих областях, особенно в сфере высшего образования.

Программа опирается на опыт и успех прошлых программ ЕС в области высшего образования (Alfa, Edulink, Erasmus Mundus и Tempus) и поддерживает международный обмен студентами, научными работниками и преподавателями, а также международный обмен идеями и лучшей практикой среди вузов. В целом на программу на период 2014-2020 годов будет выделено почти €16,5 млрд. Более 17% этой суммы будет направлено на реализацию международных компонентов программы. В сфере развития трудовых ресурсов они должны поставить в центр своих интересов положение «Содействие и улучшение всеобщему и профессиональному образованию» и расширить свои возможности в сфере образования.

Ежегодно объём капиталовложений в сферу профессионального обучения в Германии составляет € 50 млн. Германия приняла ряд фундаментальных решений по обеспечению образования для всех молодых людей. Основные его цели:

- обеспечить финансовую поддержку государства;
- усилить содействие предприятий в сфере профессионального образования молодежи;
- с учетом демографического роста совершенствовать все аспекты в сфере профессионального образования;
- оказывать содействие «Программе действия» в новых землях;
- содействовать социальной справедливости и стабильности путём удовлетворения спроса на обучение;
- способствовать созданию гибкой и жизнеспособной системы профессионального образования и дальнейшему её совершенствованию;
- содействовать стыковке систем общего, профессионального образования и повышения квалификации с их модернизацией.

Инструментом воплощения основного положения «Профессиональное образование для всех» будет развитие и усиление в дальнейшем программы «Профессиональная квалификация для целевых групп с особой потребностью». Правительство Германии требует от всех заинтересованных государств и общественных организаций оказать содействие и материальную поддержку в сфере повышения качества профессионального образования в стране:

- развивать профессиональное образование среди женщин и старших групп населения;
- усилить целевое использование новых коммуникационных технологий и инноваций в системе профессионального образования;
- развивать инструментарий и опыт в обеспечении надлежащей квалификации;
- добиваться доступности общего и профессионального образования для всех;

- уделять внимание совершенствованию региональной концепции общего и профессионального образования;
- совершенствовать пути сертификации профессиональной компетенции;
- разработать мероприятия по ротации кадров с целью снижения безработицы;
- усилить внедрение образцовых моделей в образовательные системы;
- усилить компетенции в сфере иностранных языков.

В Ницце 9.11.2000 года было продолжено обсуждение вопросов мобильности в профессиональном образовании с целью создания квалификационной хартии мобильности и признания зарубежных сертификатов образования и создания информационного банка данных мобильности. Процесс развития компетенции в изучении культурных программ стартовал в январе 2004 года. Каждый год выделяется € 35 млн. на такие проекты:

- осуществлять инновации и трансформации в организации обучения людей с целью придания ему образовательного, экономического, регионального, политического значения;
- содержание образования должно носить комплексный характер;
- совершенствовать структуру курсов при предприятиях для ликвидации безработицы;
- развивать индивидуальные профессиональные навыки (способность трудиться, гибкость, предприимчивость);
- разрабатывать стратегии для познания культурных и стратегических путей в обучении.

Федеральный канцлер предложил основать «Фундацию образования и воспитания» для содействия реформированию системы образования. Цель: за десять лет Германия стремится быть среди пяти самых высокообразованных стран мира.

Создание комиссии по профессиональному образованию ес – etf (european training foundation) и разделение полномочий в турине (1995), содействовало усилению совместного сотрудничества со странами средней и восточной европы, монголией с 1998 года, странами средиземноморья. Основная цель разделения по профессиональному образованию – содействовать, реконструировать и модернизировать его в странах данных регионов.

В нашем научном исследовании проанализированы основные цели и задачи такого сотрудничества между Германией, Францией, США, Израилем, Австрией, Бразилией, Китаем, Вьетнамом, Нидерландами, Австралией, Японией, Турцией и некоторыми странами Латинской Америки, раскрывающие положительные стороны взаимодействия стран с различным уровнем экономического развития. Выводы данного анализа могут быть полезны для организации подобных действий со стороны нашей страны.

Германо-французское сотрудничество. 30.11.1999 в Париже было сделано 4 совместных заявления с целью успешного сотрудничества в данной сфере.

На основе этих проектов были сформированы двусторонние группы с обеих сторон, которые представили экспертной комиссии свои первые аналитические данные уже 13-14.11.2000 года в Заарбрюке. В центре внимания сотрудничества в сфере профессионального образования стоит цель – ликвидация безработицы среди молодежи и обеспечение профессиональной интеграции молодых людей. Рабочие группы сделали выводы:

- Признать необходимость обмена программами по совершенствованию профессионального образования.
- Оценить и удалить препятствия на пути мобильности рабочих сил.
- Сплотить совместные экономические усилия обмена, как на теоретическом, так и на практическом уровне.
- Создать германо-французский статус практиканта.
- Ввести в законодательство обеих стран соответствующие положения и рассмотреть возможности юридического статуса получения образования за рубежом.
- Содействовать языковой подготовке в рамках профессионального образования.

Профессиональное образование Германии все больше становится востребованным за рубежом. Обмен между Германией и Францией отвечает следующим целям:

- Усовершенствование программ переподготовки и повышения квалификации.
- Расширение обмена специалистами соответствующего профиля.
- Разработка совместных немецко-французских учебных курсов образования (создание школы мастерства в пространстве Заарланд – Лотарингия – Люксембург).
- Улучшение языковой компетенции (создание курсов).
- Интенсификация обмена работников системы образования.

Германо-австрийское сотрудничество. Цели – обеспечить возможность выпускникам работать в обеих странах. В 2000 году было идентифицировано 20 австрийских и 30 германских дипломов. В 2001 – 50 и 60.

Германо-бразильское сотрудничество. 3-4.04.2000 МОН Германии в Берлине совместно с обществом им. К. Дуйсбурга провели совместную германо-бразильскую мастерскую под девизом «Боннские горизонты» о возможности сотрудничества в сфере профессионального образования.

Достигнута договоренность совместных проектов в сфере профессионального образования и квалификаций, и было решено в качестве пилотного проекта внедрить в Бразилии те методы и технологии, которые уже хорошо зарекомендовали себя в Германии. По поводу квалификаций пришли к долгосрочному соглашению и сотрудничеству.

Германо-американское сотрудничество. Обе страны столкнулись с определенными проблемами: глобализация экономики; усиление конкуренции; развитие современных СМИ; новые формы рабочих мест. Перед лицом общих вызовов совместная работа обеих стран будет способствовать активному обмену опытом и инновациями и откроет возможности в обеих странах в сфере профессионального образования.

Спрос и предложение становятся международными. Германо-американский программный обмен специалистами растет с каждым годом с учетом взаимных интересов. Наряду с профессиональным диалогом и научно-техническим обменом в сфере профессионального образования обмен специалистами является третьей составной частью совместной деятельности в данной сфере.

Сотрудничество с США в сфере научных исследований в области профессионального образования концентрируется на развитии и внедрении двусторонних научных достижений для совершенствования профессионального образования и переподготовки, квалификаций и сертификации.

Германо-нидерландское сотрудничество. В середине 90-х годов в Нидерландах была проведена реформа образования. В ее основе была гибкость структур всей системы профессионального образования, и ее цель состояла в усилении автономии действующих лиц.

В 2000-х годах возросло число совместных проектов между Германией и Нидерландами по обмену между работниками профессионального образования и преподавателями.

Тема «Обеспечение качества в профессиональном образовании» стала доминирующей на германо-нидерландском семинаре в Утрехте (2000).

Во время данной встречи было подчеркнуто, что в Нидерландах региональные центры профессионального образования обладают большой самостоятельностью, и их внутренние и внешние гарантии качества подкрепляются законом.

Германо-латиноамериканское сотрудничество. Программа практики для специалистов в Латинской Америке с упором на Бразилию начата в 1999 году с 36 участниками и продолжила свое развитие в 2000-х годах. Ежегодно около 40 молодых специалистов и выпускников вузов получают возможность 6-9 месяцев практики на бразильских предприятиях для дальнейшей активной деятельности. В перспективе сотрудничество с Аргентиной, Чили и Мексикой.

Германо-японское сотрудничество. В рамках обмена специалистами профессионального образования совместная деятельность Германии и Японии осуществляется уже больше 30 лет.

Однако, в последние годы с в связи с перемещением акцентов конкуренции из Европы на Тихоокеанский рынок, сотрудничество с Японией приобретает особое значение.

В последние годы многие европейские страны объединились для создания совместных проектов в сфере профессионального образования.

Германо-израильское сотрудничество. В сфере профессионального образования состоялся семинар в сентябре 2001 года на тему «Медиадидактика в сфере профессионального образования» в Дрездене. В настоящее время готовится специальный Германо-израильский проект. В процессе дискуссии стало ясно, что развитие новых информационных систем приводит к взаимопроникновению культур, что важно для профессиональной переподготовки.

Германо-австралийское сотрудничество. Германия проводит большую совместную работу с Австралией уже несколько лет. В мае 2000 года в Потсдамском университете состоялся семинар на тему «Профессиональная подготовка и обучение в течение всей жизни в Австралии и Германии». Австралийское правительство с помощью национальной маркетинговой стратегии пытается содействовать культуре обучения, способствовать посредством формального и неформального профессионального образования повышению квалификации для конкурентоспособности на рынке труда через мультимедийные СМИ посредством создания международных инициатив.

Германо-турецкое сотрудничество. В 1994 году Мировой Банк поручил федеральному институту профессионального образования рассчитать проект, провести консультации с управлением по труду Турции с целью создания стандартов квалифицированной рабочей силы.

В июне 2000 году в Анкаре было создано Бюро по координации действий двух сторон с целью создания новой технической программы стандартов, экзаменов и сертификатов с учетом полученных научных исследований. Предприниматели в Турции считают систему профессионального образования в Германии привлекательной.

Германо-китайское сотрудничество. С Китаем еще в предыдущие годы развивалось сотрудничество в этой сфере – посещение учебных заведений на уровне студентов и экспертов.

Эксперты по профессиональному образованию из Центрального института в Пекине, оба региональных института в Шанхае и Лионинге, многие другие учреждения и вузы имеют информацию о профессиональном образовании в Германии. На протяжении многих лет осуществляются совместные проекты при поддержке Немецкого Общества Технического Сотрудничества.

Германо-вьетнамское сотрудничество. Аналогичная работа проводится и с Вьетнамской стороной. ФИПО Германии опекает как вьетнамских студентов, преподавателей, так и экспертов в этой сфере рынка труда и информации. Институт информирует эти страны о новой методике в сфере профессионального образования, политике правительства в этой стране, инновациях и инициативах, перспективах взаимного сотрудничества.

В мае 2000 года в Будапеште состоялась конференция, которая подвела некоторые итоги по дискуссии по ряду проектов, связанных с реформами профессионального образования в Европейских странах. В этом проекте приняло участие 14 государств.

В центре внимания находились вопросы, связанные с созданием новой образовательной системы обучения в течение всей жизни. Примером могут служить скандинавские страны, где материальную и моральную поддержку оказывают правительство и общественные организации.

Под эгидой ЮНЕСКО был организован Международный Центр Профессионального Образования (МЦПО) в Бонне. В рамках работы этого центра была разработана программа оказания финансовой и информационной поддержки регионального сотрудничества со странами южной африки и островов тихого океана. Германия сотрудничает со всем миром в сфере профессионального образования с функционированием проектов в различных регионах.

В первую очередь с развитыми странами путем обмена опытом в разных областях.

Второе – со странами Азии, Африки, Латинской Америки и Восточной Европы для обеспечения занятости молодежи на новом уровне развития постиндустриального общества.

Быстрые изменения в технологиях и экономике требуют применения высочайших информационных технологий во вновь созданных частных предприятиях и учебных заведениях.

Третье направление – сотрудничество с Африкой. Для этих стран существуют другие квалификационные требования и стандарты и методология профессионального образования.

Каждая образовательная реформа в любой стране – неизбежное явление, которое содержит в себе определенный опыт. Образование не существует в вакууме, а является неотъемлемой частью общества и взаимодействует с социальными проблемами. Они затрагивают все стороны общественной жизни и влекут за собой серьезные широкомасштабные социальные изменения.

В 1987/88 годах большая часть идей в таких странах, как Польша, Словения и Чехия, была высказана за полное изменение системы образования, что совпало с проблемами демократических преобразований, борьбой за человеческие и гражданские права, появлением новых образцов экономического, культурного национального развития, строительства будущей Европы, информационного общества, новых технологий.

Политические изменения после парламентских выборов в Словении весной 1990 не должны были столкнуться с устаревшей идеологической системой образования.

Инновационные усилия преподавателей предотвратили реструктурирование образовательной системы в Словении. Образовательная реформа в Словении, которая была запланирована Министерством просвещения и спорта и парламентскими решениями с 1992 до 1996 стала родоначальником целого ряда инициатив, продолжением непосредственных демократических движений в пределах существующей системы образования и общества.

Потребность в изменениях и полной модернизации образовательной системы была широко принята и признана по ряду причин:

- экономическое развитие;
- конкурентоспособность страны;
- выравнивание с Европейскими и международными образовательными стандартами;
- развитие демократической политической культуры;
- предоставление новым поколениям возможности участвовать в строительстве общества, основанном на знаниях.

План всесторонней образовательной реформы состоял из 3 стадий, и каждая из которых определялась после согласования со всеми заинтересованными сторонами: изменения в образовательном законодательстве; реформа учебных планов; результат и оценка.

Первая стадия закончилась в 1996 году, когда парламент одобрил «Пакет законов».

Важным документом для модернизации образовательной системы стал «Акт об обучении взрослых», обеспечивший новую системную структуру для образования, получившую широкое распространение, как в Словении, так и во всем мире. Акт подтверждает концепцию обучения в течение всей жизни. Министерство устроило ряд крупных встреч с представителями образовательных учреждений Франции, Норвегии и Финляндии.

Многие преподаватели посетили высшие учебные заведения, административные учреждения и учебные центры в Европейских странах. Некоторые разногласия возникли по поводу различий между консерваторами и либералами в вопросах обучения: между сторонниками мультикультурного подхода и теми, кто подчеркивал идентичность Словении.

Благодаря дискуссиям было достигнуто соглашение о том, что современный подход не угрожает национальной идентичности. Все образовательные реформы Словении способствовали становлению и развитию всех компонентов образовательной системы и дали толчок к формированию гибкой системы туристского образования. Правительство Чешской Республики утвердило приказом № 113 от 07.02.2001 года документ «Национальная программа развития образования и воспитания в Чешской Республике», опубликован под названием «Белая книга» и стал составной частью стратегического планирования социально-экономического развития.

Образование и развитие трудовых ресурсов рассматриваются как приоритетные направления.

Принятие этого документа совместно с программой правительства решающим образом влияет на трудовой и социальный капитал общества оказывает значительное влияние на ценностные ориентиры людей, их демократическую гражданскую позицию и качество повседневной жизни. В январе 1989 года и после социально-экономических изменений 90-х годов с учетом изменений в сфере образования и квалификаций рабочей силы встал вопрос о первом проекте реформы образовательной системы, предложенной правительством.

В «Белой книге» высказаны исходные пункты, общие тенденции и проекты развития, которые приведут к преобразованиям всей системы образования в период до 2020 года.

Принятая стратегия должна повлиять не только на государственное решение в сфере финансов и организации, на уровне регионов, общин и государственных высших учебных заведений. В упомянутой книге приводятся соображения по поводу активизации деятельности каждого преподавательского коллектива.

Критериями стратегии являются общие цели и потребности в смысле демократической образовательной политики, а не групповые и партийные интересы. Предполагается, что общественные преобразования в образовательной системе должны быть прогрессивными и двигаться вперед совместно с дальнейшим развитием общества.

Этот документ констатирует тот факт, что события последних лет заставляют критически смотреть на происходящее, исправить ошибки и разумно дополнить тем новым, что нам диктует общество. «Белая книга» разработана на базе основных целей образовательной политики Чешской Республики в рамках концепции системы образования, утвержденной Министерством образования, молодежи и спорта (1999) коллективом уважаемых специалистов.

В этом документе речь идет о системе образования в широком смысле слова и в связи с социальными, культурными, политическими преобразованиями.

Т. Пилч в своем исследовании проблем европейского образования подчеркивает, что основная предпосылка демократической, образовательной политики – доступность всех форм и уровней обучения. А также возможность развития разнообразных способов и талантов всех индивидуумов в профессиональной деятельности в течении всей жизни. Особенное значение все это приобретает для жизни в глобальном мире и в рамках интегрированной Европы:

- воспитание демократического общества;
- образовательное измерение в рамках Европы;
- востребованность на рынке труда;
- поликультурное воспитание и образование;
- содержательное образование;
- права человека и ответственность;
- жизненные и духовные ценности;
- сохранение национальных культур.

К. Конарzewский упоминает о том, что классик польской педагогики, О. Богдан (1882-1974), писал в своем научном исследовании «Польское педагогическое мышление» (1938): «В его стандартном смысле в Польше дуют ветры, прежде всего, с Запада».

В польском педагогическом мире столетиями господствует западный ветер. В XVI веке идеи приходили из Италии и протестантских центров Германии и Швейцарии, в XVII и XVIII веках из Франции, в XIX и XX веках из Германии, Англии, Швейцарии, Бельгии и США».

В действительности, развитие образовательных систем очень похоже в европейских странах, также как формирование педагогического мышления и педагогических действий вообще.

Начало польской государственности было тесно связано с общеевропейским развитием.

Польский педагог Л. Коларска-Бобиская отмечает в своем исследовании, что этот процесс иллюстрирует развитие польской образовательной системы.

С конца Второй мировой войны вплоть до переворота в 1989 году, охватывающий три значительные реформы (1948, 1961, 1973), начавшиеся с политического обсуждения в области образования. В центре интереса стояли соответственно демографические и экономические рыночные условия, где работала система образования и удовлетворяла общественные потребности в образовании в будущем.

Направление дальнейшего образовательного развития определялось соглашениями, круглыми столами, деятельностью социального движения «Солидарность» в 1980/81 году.

По мнению К. Купизиевича в течение последних 20 лет в образовательной системе сформировались 3 центральные тенденции, которые облегчили интеграцию Польши в ЕС: реконструкция пирамиды в сфере квалификаций, количественная образовательная экспансия в высшей школе и увеличение численности студентов. А также на организационном уровне: последствие перехода на уровне лицензирования; создание неуниверситетских отраслевых институтов; появление неправительственных учреждений высшей школы.

Польский педагог С. Баске подчеркивает, что современная, духовная образовательная реформа касается всех ступеней образовательной системы и охватывает следующие аспекты высшей школы:

- создание образовательных стандартов, исходным пунктом для которых стала разработка учебного планирования каждого отдельного занятия;
- введение альтернативных индивидуальных учебных программ;
- разработка критериев внутренней и внешней оценки и экзаменов для проверки результатов обучения;
- усовершенствование требований квалификации преподавателей, системы их оценки.

Для этого было запланировано 4 этапа карьеры преподавателя – от ассистента до профессора. Реформа осуществлялась в трудных экономических условиях: в 2000 году лишь 3,2% государственного бюджета было выделено на образование и 0,8% было предусмотрено на высшую школу вместо минимума 6% и 2%, как рекомендовали польские эксперты.

По мнению С. Штайер-Джордана, в Польше образовательные реформы проводятся с 1989 даже вопреки неблагоприятным рыночным условиям.

Объем, радикальность и темп в 1999 начатой реформы в действительности, однако, внушительны и неотъемлемо касаются реформ в других сферах жизни общества. Успех всей общественно-политической трансформации в стране, а также усилия Польши вокруг интеграции в ЕС без реформирования образовательной реформы были бы невозможны.

В Европе существуют сотни высших учебных заведений, известных во всем мире как центры науки и знаний. Однако системы высшего образования традиционно определяются на национальном уровне. Укрепление европейской интеграции меняет эту традицию, развивая Европейскую Зону Высшего Образования (ЕНЕА), помогающая повысить привлекательность высшего образования в Европе.

ЕНЕА – это область с базой знаний мирового класса и новейшими исследовательскими возможностями во всемирно известных центрах науки и образования. Именно это привлекает ежегодно сотни тысяч иностранных студентов в Европу. Повышенная мобильность и связи между национальными системами высшего образования усиливают эту привлекательность.

Бельгия – федеративное государство, разделенное на фламандско-, франко- и немецкоязычные сообщества. У каждого из них – собственная система образования и свои требования к обучению. Немецкоязычное сообщество сравнительно невелико, и большая часть молодых людей учится в других частях Бельгии или Германии. Университеты и университетские колледжи (*Hogescholen*) предлагают программы высшего образования. Высшее образование во Фландрии следует структуре «бакалавр-магистр-доктор».

Существуют два типа трехлетних бакалаврских курсов – профессиональный и академический.

Академическая степень бакалавра является обязательным условием для поступления в магистратуру. Обладатели профессиональной степени бакалавра могут поступить в магистратуру, предварительно прослушав дополнительную программу.

Второй этап университетского образования: магистратура. Магистерские курсы предлагаются университетами и высшими образовательными колледжами. В большинстве своем академические магистерские курсы могут иметь профессиональную ориентацию и приносят, как минимум, 60 кредитов ECTS (один год очного обучения).

Третий этап университетского образования: докторская степень.

Программа докторской степени концентрируется на подготовке докторской диссертации.

Только университеты могут присваивать докторские степени. Для поступления в высшее учебное заведение студенты, как правило, должны иметь *Certificat d'Enseignement Secondaire Supérieur* (CESS). Университеты и неуниверситетские вузы предлагают программы высшего образования. Высшее образование во франкоязычном сообществе имеет структуру «бакалавр-магистр-доктор». Степень бакалавра присуждается через 3 года обучения или после получения 180 кредитов ECTS. После 1-2 дополнительных лет обучения (60 или 160 кредитов ECTS) присуждается степень магистра. Студенты медицинских вузов должны пройти четырехлетний курс обучения или получить 240 кредитов ECTS.

Для ветеринарных врачей требуется трехлетний курс обучения или 180 ECTS.

Обучение ведется на трех языках – английском, французском и фламандском (диалект нидерландского). Правда, это не значит, что в любом вузе можно слушать одни и те же курсы на разных языках. Как правило, в бельгийских университетах определенные курсы постоянно читаются только на одном языке. К тому же все национальные университеты в основном двуязычны (французский или фламандский плюс английский).

Бельгийские университеты всегда колебались между нидерландской и французской системами образования. В результате во франкоязычных областях приоритет был отдан французской системе, во фламандской – нидерландской.

В 2004-2005 годах бельгийское правительство провело реформу, в результате которой обучение в вузах было унифицировано. Теперь оно соответствует международной системе «бакалавр-магистр». Национальный компонент остался лишь в названиях дипломов.

Первые два курса в университете дают общую гуманитарную или техническую подготовку, пройдя которую студенты получают степень кандидата (франкоязычные вузы) или бакалавра (нидерландоязычные вузы). Следующие два-три курса посвящены специализации по выбранной студентом программе. В случае успешного окончания выпускникам выдается диплом лицензиата (франкоязычные вузы) или магистра (нидерландоязычные вузы). Желаям сделать научную карьеру в Бельгии придется отучиться еще два года на доктора. Никакой разницы между статусом дипломов, выдаваемых университетами разных языковых сообществ, нет, все они соответствуют европейским образовательным стандартам.

В Бельгии образование входит в компетенцию Сообществ. Фламандское Сообщество курирует образование соответственно в нидерландскоговорящей части страны, а Французское Сообщество компетентно в вопросах образования для франкоговорящей части Бельгии.

Высшие учебные заведения и университеты Бельгии ввели с 2004-2005 академического года систему бакалавра-магистра. Существовавшая до этого система высшего образования, базовый курс одного цикла, базовый курс двух циклов и академический курс, отменена. Высшее образование, организованное по типу бакалавр-магистр, разделяется также на два типа :

- высшее профессиональное образование,
- академическое образование.

Высшее профессиональное образование ограничивается курсами бакалавра и только в институтах/колледжах.

Академическое образование состоит из курсов бакалавра и магистра и его можно получить в университетах и институтах/ колледжах. Выполнение различных программ сотрудничества входит в компетенцию Генерального Управления по Содействию Развитию (Directorate General for Development Cooperation (DGDC) в ведомстве Федеральной Службы Иностранных Дел, Внешней Торговли и Развития Сотрудничества.

Высшее образование в Бельгии имеет старые традиции.

Лувенский католический университет – первый вуз страны был создан в 1425 году.

В 1517 году Эразм Роттердамский основал также в Лувене Школу трех языков (иврита, латыни, греческого), по образцу которой был создан Французский колледж в Париже.

В настоящее время в Бельгии почти 180 вузов, где обучается 280000 человек.

В системе высшего образования представлены два основных сектора: университетский (17 университетов) и неуниверситетский. В соответствии с законом от 7 июля 1970 года вузы делятся на учебные заведения университетского типа и высшие школы.

В Бельгии 7 собственно бельгийских университетов:

- Льежский государственный.
- Университет в Монсе – Эно.
- Государственный Гентский.
- Свободный Брюссельский (франкоязычный и отдельно фламандский).
- Лувенский католический (франкоязычный и отдельно фламандский).

Наряду с ними существуют отделения нескольких зарубежных университетов (известный Европейский университет в Брюсселе и Антверпене), ряд бельгийских вузов, приравненных к университетам (университетские факультеты, центры, объединений или фонды).

К университетским учебным заведениям относится Королевская Военная Школа.

В вузах Бельгии не существует ограничений на прием, необходимо подать соответствующие документы. Тем не менее, наиболее престижные вузы устраивают вступительные конкурсные экзамены. Обучение в университетах многоступенчатое: каждый период или цикл университетского обучения как для получения университетской, так и научной степени завершается получением диплома. Первые два курса обучения в университете дают подготовительную общегуманитарную или общетехническую программу подготовки. После окончания этого цикла студенты получают диплом «кандидат» – Candidature (соответствующий диплому бакалавра).

Следующие три курса посвящены специализации по одной из университетских программ и завершаются присуждением диплома «лицензиат» – Licenciate (магистр).

По некоторым дисциплинам эта степень может быть получена после более длительного периода обучения: трех лет – для звания инженера, фармацевта, специалиста в области права или после четырех лет – звания доктора медицины, хирурга и акушера.

Следующие два года подготовки позволяют углубить специализацию и после написания и защиты диссертации получить степень «доктор» – Docteur или диплом специалиста. Степень «агреже высшего образования» – является высшей степенью в этой иерархии и может быть присвоена через два года после получения степени доктора.

Минимальный срок обучения в университете 4 года, хотя для получения некоторых специальностей длительность обучения в университете составляет 10-12 лет.

Неуниверситетский сектор высшего образования – это сеть высших учебных заведений с «длинным» или «коротким» циклом обучения, дающих высшее профессиональное образование.

Высшее образование «краткого типа» состоит из одного цикла обучения длительностью 3 года (иногда до 4 лет по специальностям искусства и медицины). Преподавание теории ведется поочередно с практическими занятиями в лабораториях, мастерских, с первого года обучения по специальностям типа: фермер, бухгалтер, медсестра, школьный учитель, механик, библиотекарь, фотограф, секретарь.

«Длинный» цикл подготовки характерен для учебных заведений, предлагающих совмещение курсов университетской направленности и профессиональной подготовки для специализации.

Такой цикл продолжается пять лет, два года из которых изучаются общие курсы и в течение еще трех лет готовится специалист с высшим образованием. Первая ступень завершается присуждением диплома *Gradue*. После окончания второй ступени подготовки присуждается диплом *Licencie*. Третья ступень является единой для выпускников второй ступени институтов и университетов, выпускнику присуждается степень дипломированного инженера (*Ingeneur diplomé*). Голландские университеты известны своими англоязычными программами, которых на данный момент насчитывается 1560.

Другой отличительной особенностью образования является обучение, основанное на решении реальных практических задач (*problem-based learning*). Это и привлекает иностранных студентов, которых в настоящее время насчитывается около 81 тыс. Самый старейший университет Нидерландов, Лейденский (*Leiden University*), основан в 1575 году. Здесь получала образование сама королева Нидерландов и члены королевской семьи.

Голландские университеты стремятся сделать высшее образование доступным для студентов из других стран. Современная система высшего образования Голландии закреплена Болонской Декларацией. В Голландии поступить на MBA программу можно сразу после окончания любого вуза – имея степень бакалавра, магистра или диплом специалиста или, что более распространено, проработав некоторое время в области управления.

Необыкновенная популярность такого диплома объясняется значительными карьерными преимуществами, дающими его получение: возможность качественного профессионального роста в комбинации с расширением границ профессиональной деятельности и работой в любой стране мира. В Нидерландах есть возможность получения дипломов MBA в различных высших учебных заведениях: университетах прикладных наук (*Universities of Applied Sciences*), в академических университетах (*Research Universities*) и бизнес школах.

В Нидерландах предлагаются программы, предполагающих разные формы обучения, как для начинающего менеджера, так и для умудренного опытом специалиста.

Высшие учебные заведения Нидерландов предлагают.

- **Full-time MBA** – очные программы с ежедневными занятиями. Длительность – не более 12 месяцев – основное отличие от американских программ подобного профиля. Эти программы рассчитаны, как на выпускников университетов без опыта работы в области менеджмента, так и на управленцев, желающих повысить свою квалификацию.

- **Part-time MBA** – очно-заочные программы, комбинирующие различные методы обучения. Они предназначены для тех, кто хочет получить бизнес образование без отрыва от производства. Здесь существуют варианты:

- **Еженедельные занятия:** участники программы работают днем и приходят на занятия раз в неделю вечером или в выходные дни. Эти программы удобны для тех, кто может проживать в Голландии во время обучения.

- **Модульные недели:** участники программы приезжают в бизнес школу со всех концов мира 3 раза в год на семинарские занятия, которые обычно продолжаются 2 недели.

Эти программы подходят иностранным жителям, которые хотят получить MBA диплом в Голландии, продолжая работать в своей стране во время обучения.

Distance-learning MBA – заочные программы с несколькими резидентскими неделями.

Они являются по сути своей одной из разновидностей *Part-time MBA*.

Однако, уникальность в том, что они построены комбинировано: дистанционное обучение объединено с несколькими резидентскими неделями, когда студенты приезжают в бизнес школу и посещают семинары. Они также подходят специалистам, желающим получить образование без отрыва от основной своей рабочей деятельности.

Executive MBA – программы для опытных специалистов, своего рода повышение квалификации в определенных направлениях.

Это программы для профессионалов, уже зарекомендовавшие себя высококлассными специалистами в своей области, но нуждаются в совершенствовании и «шлифовке» управленческих навыков для различных целей.

Современные технологии обеспечили дистанционному обучению популярность: возможности сети Интернет, электронная почта, видео конференции, и диалоговые системы связи позволяют школам экспериментировать с уникальными способами преподавания.

Нидерланды неизменно занимают высокие позиции. И это не удивительно – ведь именно Голландия стала первой из неанглоязычных стран, которая предложила студентам-иностранцам обучение на английском языке, ведущееся здесь с 1950 года.

Образование в Нидерландах можно получить в 14 государственных университетах.

Попасть на обучение в голландский университет – значит гарантированно обеспечить себе безоблачное будущее на рынке труда, получить ключ к любой карьере. Ведь уже более 200 лет в этой стране действует закон, которым гарантируется качество обучения. А потому все дипломы, выданные в Голландии, котируются одинаково высоко в любой стране мира.

Благополучия финского общества строится на образовании, культуре и знаниях. Все дети имеют гарантированные возможности для обучения и саморазвития в соответствии с их способностями, независимо от их места жительства, языка или финансового положения.

Все учащиеся имеют право на компетентное и качественное образование и безопасные условия обучения. Гибкая система образования на основе образовательной безопасности делает ее справедливой и успешной. Предпосылки успеха Финляндии в области образования основываются на равных возможностях. Финская система образования предоставляет всем равные возможности для получения образования независимо от места жительства, пола, экономического положения или языкового и культурного фона.

Ключевые слова в финской политике в области образования – качество, эффективность, справедливость и интернационализация. Образование является одним из факторов конкурентоспособности. В настоящее время приоритеты в области развития образования заключаются в повышении уровня образования и обновления компетенций среди населения, повышение эффективности системы образования, чтобы увеличить возможности обучения взрослых.

Особое внимание уделяется также повышению качества и результативности в области образования, подготовки специалистов и научных исследований.

В Финляндии, основные права на образование и культуру записаны в Конституции страны. Органы государственной власти обязаны обеспечить равные возможности для каждого жителя. Большинство других видов образования также является бесплатным для студентов, послевузовское образование в университетах. Педагогические профессии очень популярны в Финляндии, университеты могут выбрать мотивированных и талантливых абитуриентов.

Финское общество особенно способствует в получении населением высшего образования в соответствии с международными стандартами. В финской образовательной системе существует широкий политический консенсус в отношении политики в области образования.

Система образования является гибкой и управляется на основе принципа «Централизованное управление – внедрение на местном уровне». Управление осуществляется через законодательство и нормы, основные программы, государственное планирование и информацию управления.

Муниципалитеты несут ответственность за обеспечение системы образования и ее реализацию.

Взаимодействие и партнерские отношения строятся на всех уровнях деятельности системы.

Это обеспечивает мощную поддержку для развития всей образовательной системы.

В Финляндии создана одна из самых успешных в мире систем образования.

Согласно данным Индексу образования, опубликованным в 2008 году, место Финляндии является одним из самых высоких в мире, наряду с Данией, Австралией и Новой Зеландией.

В начале 1970-х годов в Финляндии существовала неэффективная системы образования и довольно бедная аграрная экономика, основанная на одном продукте – лес.

Финское общество понимало, что необходимо полностью оживить систему образования для того, чтобы создать настоящую, основанную на знаниях экономику.

С 1970-х годов началась основная реформа всей системы образования в стране.

Это была очень важная фундаментальная реформа, потому что она позволяла добиться более высокого уровня профессионализма учителя. Каждый учитель получил степень магистра и самый высокий уровень качества подготовки.

С тех пор педагог стал наиболее уважаемой профессией. Не самый высокооплачиваемый, но наиболее высоко ценимый в обществе. Только один из каждых 10 человек, может стать учителем. Следствием этого стало то, что по производительности труда Финляндия, по международным оценкам, последовательно обходит все другие западные страны. Финляндия в основном фокусируется на учителе, а не на внутреннем тестировании.

В стране создан такой высокий уровень профессионализма, при котором они могут полностью доверять своим учителям. Их девиз: «Доверие через профессионализм». Разница между самой хорошей и самой плохой всего 4%. Финляндия оценивается одной из самых высоких в мире в области инноваций, предпринимательства и творчества.

В Финляндии в течение более 30 лет существует двухпартийный консенсус не только в вопросе важности образования и высокого качества обучения, но и в плане реального решения этих проблем. Это было партнерство между бизнесом, политиками и педагогами.

Население Финляндии более разнообразно, чем мы знаем. 15% населения говорит на двух языках. В школах Хельсинки говорят на 45 языках сегодня.

В Финляндии определили, что такое отличное преподавание, а не только разумное обучение, и разработали для этого стандарт.

Во-вторых, они определили, что наиболее важно, чтобы учиться, и это не запоминание на основе учебной программы, а мышление на основе учебной программы.

Финская система образования является эгалитарной (уравнительной) системой, без платы за обучение и бесплатным питанием для студентов-очников.

Настоящая финская система образования состоит из хорошо финансируемых и тщательно продуманных программ после обязательного среднего, общего, академического и профессионального образования, высшего образования (классический и политехнический университет) и образования взрослых (обучение в течение всей жизни).

Достижения равенства и передового опыта в области образования стран Северной Европы являются особыми стратегиями, основанные на создании финансируемой государством комплексной системы общего базового образования. Структура высшего образования состоит из классических и политехнических университетов («университет прикладных наук»).

В Финляндии сейчас существует 20 классических и 30 политехнических университетов.

Только классические университеты выдают диплом лиценциата и присуждают степень доктора наук. Раньше только выпускники университетов могли иметь возможность обучаться в аспирантуре, после вхождения страны в Болонский процесс, политехнические университеты получили возможность дальнейшего обучения с помощью дополнительных курсов.

Высшее образование играет важную роль в финском обществе и национальной инновационной системе: высшее образование делает решающий вклад в достижение мирового класса, общества знаний. Финское высшее образование состоит из дуалистической модели:

- содействие научным исследованиям и научно-художественному обучению;
- содействие высшему профессиональному образованию и прикладным исследованиям.

Все 16 университетов действуют в рамках Министерства образования: дипломы бакалавра, магистра, лиценциата и доктора наук (3 + 2 + 4 лет).

Политехники – диплом бакалавра (от 3,5 до 4 лет) и магистров (1 - 1,5 года). Студент имеет право на магистратуру после получения диплома бакалавра, и не менее трех лет соответствующего опыта работы после этого.

Один год очного обучения соответствует 60 кредитам. Финские университеты набирают своих национальных и иностранных студентов самостоятельно.

Все финские университеты являются собственностью государства.

Исторически сложилось так, что «бесплатное образование» возникло в конце XIX века усилиями населения. Оно предлагается

- 206 Общественными или рабочими институтами;
- 88 Народными Институтами;
- 20 летними университетами;
- 11 центрами исследований.

Болонский процесс размывает различия между профессиональной и научной квалификацией.

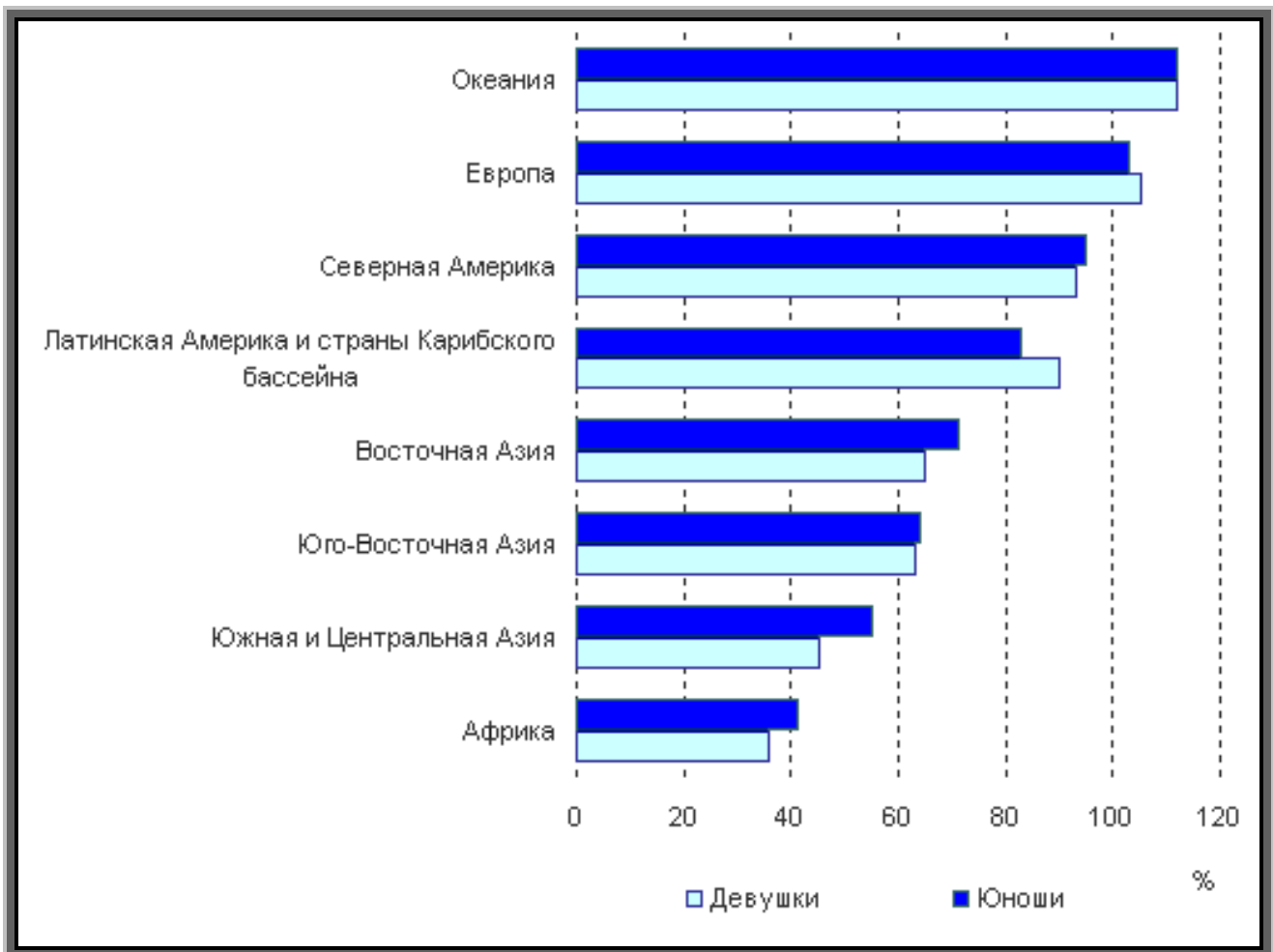
Сотрудничество между различными системами растет, и будет происходить некоторая интеграция. Цель финских политиков – воспитывать подавляющее большинство финнов (около 60-70% ежегодно поступают в вузы). Новые формы сотрудничества, такие как консорциумы и федерации введены в университетах. Образование для взрослых доступны и осуществляется на всех уровнях образования.

По следам коммюнике Европейской комиссии Обновленная повестка дня ЕС по высшему образованию, опубликованного в мае 2017 года, Комитет по Культуре и Образованию (CULT) Европейского Парламента организовал проведение исследования по Модернизации высшего образования в целях оценки последствий политических решений, принятых в отношении системы высшего образования в Европе, начиная с 2011 года.

В данном исследовании подводятся итоги основных достижений, а также недочетов и вызовов, связанных с достижением целей, установленных Повесткой дня Еврокомиссии в 2011 году, посвященной модернизации системы высшего образования в Европе в сопоставлении с недавно инициированной Обновленной повесткой дня ЕС по высшему образованию.

Основной упор должен быть сделан на преподавание и преподавателей (постоянное профессиональное усовершенствование, занятость и благоприятные материальные условия), а также на сокращение разрыва в системе высшего образования ЕС за счет предоставления устойчивого уровня государственного финансирования. Согласно исследованию, требования к институтам высшего образования и его преподавательскому составу постоянно растут, в то время как поддержка Европейской комиссией системы образования и повышения квалификации преподавателей, а также инвестиции в высшее образование во многих странах Евросоюза, наоборот, сокращаются.





Грамотность в разных регионах мира

3.2. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Туризм – уникальная индустрия людей, в которой одни люди работают для других людей.

Современный туризм во всем разнообразии его видов и форм, с ростом и диверсификацией туристических дестинаций, с развитием уникальных технологий продвижения туристического продукта и обслуживания был бы немислим без человеческих ресурсов.

Даже в информационном обществе потребители ожидают человеческого участия на всех этапах бронирования и потребления туристического продукта. Это тот человеческий контакт, «человеческое прикосновение», или «human touch», потребность в котором испытывают современные туристы века информации и коммуникации. Это означает, что в эпоху глобализации и в век информатизации необходимость в подготовке высокопрофессиональных кадров для туризма не только не утрачивается, а наоборот – задача кадрового обеспечения туризма становится более сложной и разносторонней.

Еще в 1990-е годы мировое сообщество озаботилось проблемой обеспечения будущего развития высококлассными специалистами и профессионалами. Были приняты важные международные акты по проблемам высшего образования:

- «Реформа и развитие высшего образования. Программный документ», ЮНЕСКО (1995).
- Доклад Международной комиссии по образованию, подготовленный по инициативе ЮНЕСКО под названием «Образование: сокрытое сокровище» (1996).
- Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры (1998), Сорбонская декларация (1998).
- Болонская декларация (Совместное заявление европейских министров образования (1999).

ЮНЕСКО в своем Программном документе «Реформа и развитие высшего образования» констатировала, что «мир становится свидетелем беспрецедентного по своим масштабам развития высшего образования и растущего осознания его жизненно важной роли для экономического и социального развития».

ЮНВТО в условиях постоянно возрастающих требований к уровню туристского обслуживания уделяет все большее внимание качеству подготовки туристского персонала и рассматривает качество туристского образования как ключевой фактор, определяющий устойчивое развитие туристических дестинаций, привлекательность и конкурентоспособность туристского продукта, эффективность туристических предприятий и учебных заведений во всем мире.

Особое внимание ЮНВТО уделяет разработке и внедрению стандартов качества образования. В структуре ЮНВТО работает *Фонд Themis* по качеству туристского образования, который насчитывает в настоящее время 80 учреждений-членов из 40 стран мира, получившие признание ЮНВТО в виде сертификатов качества туристского образования – ЮНВТО. TedQual по одной программе туристского образования.

Сегодня сертифицировано 160 образовательных программ по туризму. Внедрение системы сертификации качества ЮНВТО TedQual продиктовано, с одной стороны, постоянно растущими требованиями работодателей в туристической индустрии и бизнесе к уровню профессиональной подготовки специалистов по туризму. Они должны обладать глубокими знаниями, практическими умениями и навыками, исследовательскими способностями и готовностью постоянно развивать свои профессиональные компетенции в ответ на вызовы динамично меняющегося туристического рынка.

С другой стороны, необходимость единой системы качества туристского образования вызвана несогласованностью действий туристских образовательных учреждений.

Цель системы сертификации качества *WTO. TedQual* заключается в установлении стандартов качества туристского образования и систем туристского образования, в методической помощи и содействии в достижении «большой педагогической продуктивности».

Данная система предлагается университетам, бизнес-школам, учебным центрам и исследовательским институтам, имеющим программы туристской подготовки, реализуемые на постоянной основе, и желающим сертифицировать туристские образовательные центры и туристские учебные программы. Проект *ЮНВТО TedQual* также предусматривает проведение семинаров *TedQual* «Обучение обучающихся» для стран-членов *ЮНВТО* и консультации *TedQual* по качеству для учебных заведений и центров профессиональной подготовки.

В период бурного развития туризма, который пришелся на последнюю четверть XX века, ряд ученых активно включились в разработку проблем туризма и туристского образования.

Американец Джафар Джафари и канадец Brent Ритчи в статье «Структура туристского образования» сосредоточили свое внимание на том, что должна представлять собой учебная программа по туризму. В центре их внимания были вопросы, связанные с определением теории и методов изучения туризма как сложного и многогранного экономического, социального, культурного, духовного феномена. Они пришли к выводу, что туризм является не моно-, а мультидисциплинарной областью науки и образования. Ввиду прикладного характера туризма содержание туристского образования должно строиться на заимствовании определенных разделов из других наук для построения самостоятельной учебной программы по туризму. В обучении туризму были приняты три взаимосвязанных подхода, представляющих собой иерархию их 3-х ступеней: *междисциплинарный, мультидисциплинарный и трансдисциплинарный*.

Междисциплинарный подход предполагает изучение одной дисциплины с точки зрения другой. Мультидисциплинарный представляет собой следующий уровень иерархии и означает использование нескольких дисциплин для изучения одной проблемы или вопроса, – в ходе обучения происходит интеграция идей, концепций и исследуемого материала. Задача состоит в том, чтобы «увязать отдельные концепции друг с другом, с общей сферой и общую сферу с отдельными концепциями». Наивысший уровень – это трансдисциплинарный подход, означающий «за пределами дисциплин». В то время как междисциплинарные программы начинаются с дисциплины, трансдисциплинарные программы начинаются с постановки проблемы и через процессы решения проблемы привносят знания дисциплин, способствующих ее решению.

По трансдисциплинарным программам труднее всего учить и учиться, так как при таком подходе и преподаватели, и студенты должны не только владеть методами решения проблемы, но также и ориентироваться в содержании многих дисциплин для поиска источников решений.

Для обеспечения эффективного трансдисциплинарного подхода необходимы новые ресурсы, в том числе финансовые. Поэтому пока существует совсем немного учебных заведений, которые реализуют трансдисциплинарный подход к обучению туризму.

Так как туризм является прикладной областью знаний, ядром туристского образования является такой тип образования, который тесно связан с индустрией туризма и путешествий, ее современными потребностями и тенденциями развития. Оптимальным является вариант, когда преподаватели туристских дисциплин умело сочетают теоретическое обучение с развитием у студентов практических умений, навыков и компетенций как способности и готовности эффективно работать в профессиональной туристской среде.

Заказчиками такого подхода выступают потенциальные работодатели, определяющие спрос на выпускников. Прагматическому подходу противостоит академический, при котором выпускники должны быть подготовлены не только для должностей и функций начального уровня, для пожизненной карьеры, предполагающей постепенный профессиональный рост.

Такая подготовка к карьере должна развивать способности творчески мыслить, критически оценивать, принимать решения, а не только способность и готовность выполнять определенные функции в структуре туристической индустрии.

При всем том, что туризм находится на стыке экономических, социальных, культурных, естественнонаучных и других областей, международные эксперты считают, что профессиональная образовательная программа по туризму будет успешнее всего развиваться на самостоятельном факультете или в специализированном профильном институте. По такому пути развития шли многие зарубежные школы туризма, хотя траектории их развития были разными.

Массированный рост туристского образования начался с середины 1980-х годов. В этот же период складывалась система учебных заведений туристского профиля.

Если западноевропейская школа делает больший акцент на академическое туристское образование, то североамериканская школа традиционно ставит во главу угла прикладной характер обучения с приоритетным развитием практических умений и навыков персонала туризма и гостеприимства. Другими словами, существуют европейская традиция «системного базового обучения» и североамериканская традиция «прагматического обучения».

В настоящее время все страны Европы нуждаются в образовательных реформах.

Анализ исторических этапов реформирования национальных образовательных систем в Европе благоприятно влияет на процессы становления отечественной системы высшего образования, помогая избежать негативных тенденций в этой сфере.

Система туристского образования, отражая общие мировые тенденции реформирования профессионального образования, имеет как свои достижения, так и проблемы, решение которых требует особых подходов в каждом регионе и в каждой сфере туристической деятельности.

Высшее туристское образование должно служить обществу.

Вузы туристского профиля должны стать активными участниками решения актуальных, жгучих проблем современности: ликвидации нищеты, нетерпимости, жестокости, неграмотности, голода, сохранения окружающей среды. Каждая страна в силу политического, социально-экономического и культурного развития имеет свои локальные особенности, без учета которых разработка квалификационных требований для этой сферы невозможна.

Знания о туризме расширились по мере расширения туристических потоков, увеличения количества и типов туристических направлений (дестинаций), развития туристической индустрии, диверсификации видов туризма, расширения его воздействия на принимающие туристского сообщества: природу, культуру, социальную сферу. Так формировались научные направления этнологии и культурологии туризма, социологии туризма, экологии и др.

Характер, объем и фундаментальность исследований были напрямую связаны с развитием туристского образования. Однако, зарождение системы знаний о туризме как признанного научного направления относят к периоду 1920-30 годов.

Именно в это время появляются научно-исследовательские работы по туризму. Знания о туризме были впервые систематизированы в 1930-е годы и это были исследования историков.

Затем туристские знания были расширены исследованиями географов, а потом и экономистов. В 1920-30 годы, за 20-30 лет до того, как появилась официальная статистика туризма (1950), география туризма получила освещение и систематизацию.

Исследователи А. Кархарт, А. Леопольд, К. МакМюррей, Д. Джоунс в 1920-30 годы составили карту путешествий и описали англо-американские и европейские традиции туризма.

Помимо географических исследований знания о туризме формировались, начиная с 1920-х годов в рамках социальных наук, причем тоже в англо-американском контексте.

Первоначально не существовало ни определенного перечня дисциплин, системно раскрывающих суть туристского феномена, ни четких границ между академическими дисциплинами исходя из предмета исследований в туризме.

Границы были подвижны, и дисциплины взаимодействовали и перекликались между собой.

Сегодня такие границы сдвигаются, когда появляется новая дисциплина, которая захватывает место внутри ранее существовавшего деления академического пространства.

К формированию более четких границ между научными направлениями и учебными дисциплинами в сфере туризма привел бурный рост туристских исследований и знаний, научно-исследовательских и образовательных учреждений туризма.

Знания формируются и системно оформляются на основе проведенных исследований и полученных результатов. Они ложатся в основу образовательных и учебных программ, формирующих систему знаний, умений, навыков и компетенций специалиста сферы туризма.

В Италии в 1940 году вышла работа М. Троици «Туристская рента» (*La rendita turistica*).

В Великобритании первыми книгами о туризме стали работы Э. Бруннера «Отдых и организация отдыха» (1945) и Дж. Пимлотта «Отдых англичанина» (1947). Они рассматривали развитие туризма как отдыха с исторической и социальной точек зрения. Это было начало исследований в туризме, оставивших значительные пробелы в базе туристских знаний.

Однако, туристские исследования прошли долгий путь, прежде чем получили закрепление в науке в середине 1960-х годов, идентифицировав конкретную предметную туристскую область.

Ключевые понятия и подходы к изучению туризма развивались и формировались через накопление кейсов (описание и разбор конкретных ситуаций), проверку теорий практикой, анализ и доказательство или опровержение научных предположений в последние 30-40 лет.

История знаний о туризме собиралась в европейской и североамериканской историографии туризма, которые и сегодня доминируют в образовательном и научном пространстве туризма.

Современные тенденции, подходы, методы исследований также вошли в мировую копилку из этих двух региональных школ. Каждое путешествие имело и имеет исторический, культурный, социальный и политический контекст. В хрониках, описывавших путешествия в прошлом, и ставших основой накопления знаний о туризме, получали отражение эти аспекты времени и пространства. И сегодняшние исследователи, ученые, преподаватели и студенты туризма сталкиваются с ними и должны учитывать исторические, политические, социальные и прочие условия, в которых осуществлялись путешествия.

Очень важно понимать, что без знания прошлого невозможно осмыслить и оценить современное состояние и тенденции развития туризма, прогнозировать будущее туризма: без понимания того, откуда мы пришли, без знания альтернативных мнений и версий, без сопоставления себя и «своего» развития с развитием «других», без анализа причин различий, осмысления причинно-следственных связей, истоков, особенностей развития и прогнозируемых ближайших и дальних последствий и результатов.

Наука о туризме видится как самостоятельная область, комплекс интересов; или только как зарождающаяся научная и учебная дисциплина, не является исключением.

Ей требуется историческое осмысление, понимание того, как сам туризм использует историю в своем развитии, через явления, маркетинг, наследия, аутентичность.

В целом в своей исключительности, отличительности и самостоятельности как научно-исследовательского направления развития человеческой мысли.

Знания о туризме в своем развитии отражали и отражают не только историю, но и культуру стран, их понимание. Это история знаний о туризме – это одновременно знание истории, географии, культуры стран и регионов, зачастую в кросскультурном аспекте, так как многие путешествия прошлого совершались по территории многих современных государств.

Сегодня туристские знания стали развиваться по новым, интересным, зачастую неожиданным, особенно для неспециалистов, направлениям, вызванным к жизни новыми условиями культуры информационного общества и веком глобализации и явившимся откликом на разные вызовы времени и ставшими необходимыми для новых ситуаций развития.

На самом раннем этапе формирования знаний о туризме в них преобладали национальные правительственные и другие официальные отчеты и финансируемые (заказанные) государством исследования. Это были знания, являвшиеся не результатом академических исследований, а пришедшие из туристической индустрии, практики менеджмента и правительственных структур.

Именно так было сформировано содержание одного из самых первых учебников по туризму ученых А. Буркарта и С. Медлик из Университета Суррей «Туризм: прошлое, настоящее и будущее», состоявшего из трех глав и вышедшего в 1974 году.

Одним из основополагающих трудов современной науки о туризме считается работа

Р. Глюксманна «Общие сведения о туризме» (1935), где он вывел «закон противоположностей» (привлекательность для туристов ландшафтов, отличающихся от мест их постоянного проживания), исследуя рекреационную оценку ландшафтов. Итальянский экономист М. Троици (1940) предложил группировку ценностей туристского назначения:

- *свободно доступные ценности*, которые являются «потенциальным туристским капиталом», сюда относятся особенности ландшафта, климата, природно-географические условия; □
- *объекты, созданные трудом человека*: архитектурные и исторические памятники, музеи, художественные галереи и объекты, представляющие большой интерес для туристов; □
- *материальная база туризма*: средства размещения, предприятия питания, транспортные средства, и другие предприятия, на базе которых осуществляются туристские услуги.

Исходя из общего определения системы, туристскую систему можно характеризовать как сложную, частично самоуправляемую социально-экономическую систему. Имея определенные исторические, географические, этнические, духовные, политические и экономические границы, она представляет собой объединение природных, культурно-исторических, инфраструктурных, организационных и технических компонентов; участников рынка и территориальных сообществ, производящих и реализующих блага для потребления туристами.

Туристскую систему можно определить как совокупность элементов и деятельности, которые прямо или косвенно вовлечены в производство благ для удовлетворения многочисленных потребностей туристов, и которые в соответствии с эволюцией общественных, экономических и политических отношений все время развиваются, усложняются, приобретают новые контуры.

Чтобы понять систему туризма следует определить ее свойства, цели, функции и то, как формируется ее структура. К главным свойствам туристской системы относят ее *открытость, целостность, иерархичность, устойчивость и синергизм*.

Туристическая система – это открытая система, взаимодействующая с различными внешними системами, осуществляет взаимопроникновение элементов туристской системы с элементами этих систем, обменивается с ними ресурсами и информацией.

Целостность туристской системы подразумевает, что в процессе ее функционирования внутренняя взаимосвязь (пространственно-временная, причинно-следственная) между ее элементами выше, чем сила связей элементов системы с внешней средой.

Эмерджентность (англ. emergence – проявление нового) – при развитии взаимосвязей между элементами система приобретает новые свойства, не присущие ее элементам в отдельности.

Иерархичность – туристская система может рассматриваться как компонент некоторой (социальной, экономической) системы более высокого уровня, а элементы туристской системы могут выступать в качестве систем на нижестоящих уровнях.

Устойчивость – это способность системы реагировать на воздействия и угрозы внешней среды (непредсказуемые техногенные катастрофы, природные катаклизмы, политические, экономические и социальные ситуации, носящие случайный характер), адаптируя поведение к новым условиям, сохранять или изменять структуру при исчезновении отдельных ее элементов и возникновении других внутренних проблем.

Синергизм – общая функциональность системы лучше, чем у всех составляющих ее элементов вместе взятых, совокупный эффект превышает простую сумму результатов действия всех ее элементов. Туристская система обладает свойством саморазвития.

Саморазвитие предполагает наличие механизмов, которые обеспечивают самосохранение и совершенствование системы; к ним относятся: *самоорганизация, самоуправление и целеполагание*.

Самоорганизация – это процесс создания взаимосвязей и распределения функций между элементами системы. *Самоуправление* выражается во взаимодействии частей системы, направленное на осуществление управляющих воздействий с использованием обратных связей и способствующее самосохранению системы.

Целеполагание предполагает формулирование и выбор целей функционирования, выработку направления деятельности системы по их реализации, координирует цели составляющих ее подсистем. Цель системы туризма можно определить как создание среды, обеспечивающей развитие устойчивого, ответственного, доступного и конкурентоспособного туризма, создающего условия для достижения высокого качества жизни и совершенствования человека, удовлетворения потребностей населения в полезном проведении досуга, рекреации и оздоровлении.

Кроме этого целью туристской системы является реализация, наряду с социальными и экономическими целями, экологических, культурных и иных целей, возникающих при совершенствовании общественных отношений в мировом сообществе.

Функционирование туристской системы (лат. *functio* – исполнение, совершение) выражается в проявлении ее свойств в данной совокупности отношений и связей и представляет собой способ поведения системы. Туристская система функционирует на основе противоречий, конкуренции, многообразия форм деятельности и способности к саморазвитию.

Особенности функционирования систем, что в полной мере относится и к туристской, определил академик Н.Н. Моисеев: «Любая крупная система, будь то крупная фирма, корпорация и даже государство, может успешно функционировать тогда и только тогда, когда выполнены, по меньшей мере, два следующих условия. *Во-первых*, необходимо иметь четко поставленные цели развития и функционирования.

Это означает, что должен быть определен круг идей развития, ради достижения которых предпринимаются те или иные усилия. Одна из этих целей генетически присуща любой системе, хотя не все отдадут себе в этом отчет. Это сохранение стабильности, целостности системы.

Во-вторых, существует аппарат управления. Это тоже некая система, без которой не может функционировать никакая сложная система. Управленческий аппарат должен быть способен подчинить личные цели и интересы (объективно всегда существуют у каждого его работника и аппарата в целом) интересам системы».

В основе туристской системы лежит структура, состоящая из элементов, выполняющая определенные функции, своей деятельностью влияют на свойства системы.

Эта структура функционирует благодаря механизму упорядоченных связей и отношений между элементами – несколько групп взаимодействующих субъектов туристской деятельности.

- Физические лица (туристы) и их объединения, обладающие такими качествами, как
 - стремление к познанию нового и осмыслению прошлого;
 - потребность в жизнеобеспечении, общении и получении впечатлений; активность в действиях, в том числе и коллективных;
 - способность к прогнозированию и другими.

В совокупности эти качества в определенной мере влияют на поведение систем, а в свою очередь предпочтения, стремления и потребности физических лиц формируются под влиянием этих систем. Поскольку каждый человек является участником многих различных систем, то его предпочтения и потребности представляют собой сложный комплекс.

Физические лица на основе общности интересов могут создавать, в установленном законодательством порядке, клубы и другие объединения потребителей туристских услуг – общественные некоммерческие организации и общественные объединения, которые будут являться элементами туристской системы. Деятельность таких объединений может быть направлена на организацию и развитие самодеятельного туризма. А также защиту прав и интересов туристов, формирование общественного мнения о путях развития туризма и деятельности организаций туристической индустрии, на решение иных задач.

- Субъекты, производящие и предоставляющие туристам товары и услуги и объекты, имеющие потребительную ценность для туристов, включая отдельных граждан, которым, наряду с юридическими лицами, законодательство предоставляет право предпринимательской деятельности без образования юридического лица с момента государственной регистрации.

- Посредники, организующие поездки и предлагающие туристский продукт на рынке: туроператоры, туристские агенты, консалтинговые организации.

- Некоммерческие организации предпринимателей, работников туристской индустрии, потребителей услуг, ассоциации, союзы и объединения, способствующие развитию сферы туризма.

- Учреждения для подготовки кадров для сферы туризма с научными разработками.

- Органы государственной власти, осуществляющие правовое регулирование в сфере туризма, национальные, региональные учреждения, занимающиеся управлением туристической деятельности, государственные унитарные или акционерные предприятия.

- Международные межправительственные организации, негосударственные организации, их специализированные учреждения, содействующие туристической деятельности.

- Местное население, проживающее на территории дестинаций, туристских центров и в других населенных местах, посещаемых туристами.

- Искусственные и/или естественные достопримечательности, представляющие собой «туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил». Функционирование структуры туристской системы обеспечивают связи между элементами.

Содержанием связей в рамках системы туризма выступают общественные отношения, возникающие, изменяющиеся и прекращающиеся по поводу разнообразных материальных и нематериальных благ людей, потребляемых при перемещениях за пределы своей обычной среды, а также в связи с организацией туристических поездок.

Следовательно, под структурой туристской системы (лат. *structura* – строение, расположение, порядок) понимают совокупность элементов и устойчивых связей между ними, которые исходя из целей и функций системы, обеспечивают ее целостность и равновесие.

Туристская система – это совокупностью регулярно взаимодействующих и взаимозависимых автономных элементов, деятельность которых направлена на достижение определенных целей которые, объединившись, образуют подсистемы туристской системы.

Каждая из этих подсистем выполняет относительно самостоятельные функции, направленные на достижение основной цели туристской системы. Она прямо или косвенно вовлечена в производство благ, необходимых зачастую не только туристу для удовлетворения своих многочисленных запросов и потребностей в получении новых знаний, общении и отдыхе, но и местному населению.

Поэтому туристские подсистемы являются открытыми, так как имеют свои характерные особенности развития и обширные связи с внешней средой.

Рассмотрим три основных подсистемы: *социальную, экономическую и территориальную.*

Каждая из этих подсистем, обладая признаками самостоятельной системы, имея свои собственные цели, в главном соответствующие общим задачам системы туризма, одновременно является элементом системы более высокого уровня (социальной сферы, экономики).

Подсистемы туризма гармонично связаны друг с другом, их элементы могут переходить из одной подсистемы в другую и иметь различные свойства в зависимости от состояния системы туризма. Развитие системы профессионального туристского образования для целей укрепления туризма на рубеже XXI столетия стало определяющим вектором развития национальной и мировой экономики, крупным социокультурным феноменом межрегионального и международного сотрудничества. Туризм все успешнее формирует свое мировое социально-педагогическое и культурно-историческое пространство, в рамках которого возникает конкуренция, инициирующая новые импульсы развития. Заняв ведущее место в мировой экономике, свободном обмене идеями и ценностями культурно-исторического наследия, туризм выступает как эффективное средство воспитания поликультурной толерантности.

По мнению Коитиро Мацуура, генерального директора ЮНЕСКО, «нельзя приступать к решению проблем сохранения памятников культуры и природы, не затрагивая принципиальных вопросов, связанных с развитием туризма». В свою очередь развитие туризма актуализирует проблему подготовки специалистов в системе туристского образования, в ее различных проявлениях: в секторе производства и оказания туристских услуг, секторе профессиональных общественных организаций, туристском воспитании и просвещении.

Проблема человеческих ресурсов тесно связана с актуальными аспектами этнического туризма, туризма, сберегающего природную и культурную среду.

Туристское образование открывает широкие возможности для сохранения культурно-исторического наследия, тем самым сохраняет не только памятники как материальные объекты, но и язык, обычаи, фольклор и многие другие этнокультурные составляющие.

Профессиональное туристское образование формирует специалиста, ответственного за целостное и созидательное развитие всего туристского движения. Расширение туристских связей и туристической деятельности, многоукладность экономики туризма, его мирохозяйственное значение – это определяет многообразие систем профессионального туристского образования в мире. Растущие требования к кадровому потенциалу обуславливают необходимость выявления общих черт и различий в развитии отечественных и зарубежных школ туризма.

Профессиональное туристское образование как многомерная непрерывно формирующаяся система нуждается в разработке научных основ непрерывной профессиональной подготовки специалистов. Вместе с тем формирующиеся общенаучные подходы должны стать не препятствием, а рациональной основой для развития разных научных школ, сохраняя тем самым их национальные особенности и ментальную культуру. Все это позволит укрепить систему взаимодействия разными субъектами и научными школами в едином мировом туристском пространстве.

Предпринимаемые сегодня попытки осмыслить сложившуюся систему туристского образования носят, как правило, бессистемный и локальный характер, что связано с комплексным и междисциплинарным характером туристского образования, представляющимся широким полем исследований для географов, экономистов, историков, культурологов, социологов, философов.

Анализ теории и практики профессионального туристского образования позволяет выделить в нем ряд противоречий:

- между ростом потребностей в туристских услугах и недостатком современных профессиональных кадров, способных удовлетворить эти потребности;
- между массовыми технологиями туристского обслуживания и индивидуальным характером удовлетворения туристских потребностей, требующих расширения спектра специализаций при подготовке туристских кадров;
- между изменением структуры свободного времени населения и неразвитостью структуры туристского предложения;
- между желанием субъектов туристского бизнеса внедрять инновации в профессиональную сферу и отсутствием базовой системы повышения квалификации и переподготовки кадров.

Однако туристское образование – «живой и растущий организм», оно нуждается в постоянном притоке новых идей, критическом переосмыслении позиций и мнений.

«Текущий момент» туристского образования нуждается в проектировании его основных принципов. В этой связи остро стоит вопрос о нахождении эффективных путей интеграции в единое образовательное пространство при обязательном сохранении национальных традиций всей сложившейся системы профессиональной подготовки кадров.

Все вышеизложенное предполагает, что профессиональное туристское образование должно обладать такой структурой, которая в состоянии обеспечить человеку перманентное образование на протяжении всей его жизни, давать возможность эффективной миграции в другие области образования и профессиональной деятельности. Выделим ряд основополагающих принципов современного профессионального туристского образования:

- *непрерывность*;
- *многоуровневость* – наличие уровней и ступеней базового профессионального образования;
- *дополнительность*, дающая возможность дополнять базовое профессиональное образование различными программами профессиональной подготовки и переподготовки;
- *маневренность*, подразумевающая возможную смену человеком на том или ином этапе жизненного пути той или иной ступени профессионального образования или области профессиональной деятельности;
- *индивидуализация*, как возможность получения образования ориентированного на конкретную личность;
- *преемственность*, обеспечивающую возможность свободного продвижения специалиста в профессиональном образовательном пространстве от начальной профессиональной подготовки до послевузовского образования. Все указанные принципы положены в основу разработки стратегии развития системы туристского образования. В свою очередь система профессионального образования представляет собой сложный многофункциональный комплекс, состоящий из организаций различной ведомственной подчиненности, объединенных едиными целями задачами. Любая профессиональная образовательная система опирается на три основные составляющие:
 - традиционный уклад и опыт национальной системы образования;
 - основные принципы организации высшей и средней профессиональной школы;
 - основные тенденции и перспективы развития базовой отрасли.

Система туристского образования, как и любая другая профессиональная образовательная система, должна быть построена на основе гармоничного сочетания интересов и особенностей двух отраслей: образования и туризма. Однако, процесс формирования системы туристского образования должен быть адекватен динамике развития системообразующих отраслей, что вполне очевидно теоретически, но практически трудно выполнимо, так как туризм в последние два десятилетия развивается очень высокими темпами, за которыми не поспевает традиционно более консервативная сфера образования.

Подобное динамическое несоответствие порождает очевидные сложности и требует разработки новых стратегических решений, которые должны формироваться на четкой логической основе, быть управляемыми и контролируемыми. В этой связи правомерно ставить вопрос о целенаправленном и продуманном управлении стратегическими изменениями, что позволит гармонизировать развитие базовых отраслей. Формирование системы туристского образования нуждается в разработке стратегической платформы, предполагающей формирование общего видения путей развития на долговременную перспективу (10 лет) и разработку политики развития туристского образования, включая планы, программы и методы их реализации.

Концепция непрерывного образования в туристском вузе предусматривает реализацию образовательных программ довузовского обучения (профориентация и среднее профессиональное образование), высшего образования и дополнительного профессионального образования.

Двадцатилетняя практика создания и развития системы высшего туристского образования показывает эффективность реализации концепции непрерывного профессионального образования, подтверждается:

- созданием образовательных туристских программ, обеспечивающих благоприятные условия для интенсивного освоения нового содержания туристского пространства; формированием профессионально важных качеств и свойств специалиста туристского профиля;
- разработкой инновационных, педагогически целесообразных и дидактически обоснованных способов и приемов обучения и воспитания, а также семейства профессий и специальностей;
- проведением научно-поисковых, внедренческих и туристско-поведенческих работ, разработкой учебных комплексов, направленных на выявление и развитие индивидуальных профессиональных способностей будущих специалистов туризма;
- организацией мероприятий по подготовке научно-педагогических кадров, повышению квалификации и развитию их педагогического мастерства;
- использованием новых технологий обучения, учебно-методических материалов, форм и средств обучения;
- участием в разработке и реализации мер экономического, правового и организационного характера, способствующих становлению, развитию и укреплению непрерывности системы образования;
- разработкой, производством и реализацией аудиовизуальных средств обучения (кино-, фото-, видеоматериалов), учебных макетов и тренажеров, программных средств и программно-туристских комплексов;
- организацией выставок, выставок-продаж, фестивалей, конкурсов, смотров и других мероприятий, в том числе с привлечением отечественных и зарубежных участников;
- регулированием каникулярной практической профессиональной деятельности студентов; участием в обменах студентами на региональном уровне и с зарубежными странами;
- пропагандой идей и результатов образовательного процесса в целях повышения авторитета отечественной системы туристского образования;
- представлением интересов системы на общегосударственном и международном уровнях;
- организацией издательской деятельности;
- открытием удаленных филиалов, в том числе с правами юридических лиц.

Долгое время господствовавший в отечественной педагогической практике тезис об основной задаче образования, заключающейся в постоянном формировании у обучающихся прочных знаний для отечественной индустрии гостеприимства, обернулся рядом недостатков, когда специалист превращается в работника, который много знает, но мало что умеет и не обладает достаточным комплексом профессиональных навыков.

Альтернативой «знаниевой» парадигме образования выступает компетентностный подход, согласно которому основной целью образования является формирование у обучающихся способности к активному труду во всех его формах. В данном случае направленность образования обусловлена иерархией профессиональной деятельности.

Профессиональная деятельность может осуществляться на операционном, тактическом и стратегическом уровнях, когда специалист во всей системе производства, в экономических, технологических и общественных отношениях самостоятельно определяет необходимое содержание профессиональной деятельности. Цель довузовского этапа непрерывного туристского образования – формирование ориентации на профессиональную деятельность, выявление мотиваций, личностных качеств и предрасположенности к избираемой профессии.

В колледже (на факультете довузовского обучения), входящем в состав туристского вуза, обучение ведется по специальностям среднего профессионального образования: «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис». Выпускники колледжа могут продолжить обучение в вузе по программам высшего туристского образования.

На вузовском этапе образования туристский вуз реализует многоуровневую систему обучения с направлениями высшего образования: «Туризм», «Гостиничное дело», «Менеджмент» (подготовка бакалавров и магистров), по специальностям аспирантуры: «Экономика и управление народным хозяйством (сфера деятельности – рекреация и туризм, отрасль – менеджмент)», «Управление социально-экономическими системами», «Теория и методика профессионального образования (в туризме)».

Выпускники-бакалавры могут продолжить обучение по магистерским программам: «Менеджмент туристических дестинаций», «Управление проектами (в туризме)», «Организация предпринимательской деятельности», «Управление персоналом (в туризме)».

На вузовском этапе содержание профессионального образования предусматривает

- профессиональное «вхождение» в реальную деятельность;
- развитие функционально-ролевой готовности к ней;
- формирование и коррекцию профессионально-ценностных ориентаций, мотиваций, качеств и свойств личности, способствующих результативности, успеху деятельности.

Студенты получают представление о профессионализме и компетентности менеджера, профессиональной и личностной адаптации к деятельности, факторах успеха личности и т.д.

Во время обучения студентам предоставляется возможность освоить массовые контактные профессии сферы туризма: агент; референт; оператор офисных технологий; оператор систем бронирования; рекламный агент; юрисконсульт; работник правовой и кадровой службы; инструктор по безопасности туризма; аниматор; экскурсовод; гид-экскурсовод со знанием языка; трансфермен; инструктор; гид-проводник; туроператор-эколог; эколог-волонтер; официант; бармен; горничная; портье; сомелье; повар-кондитер.

Полученные дополнительные квалификации позволяют студентам успешно пройти практику и стажировку и сформировать рабочие места для трудоустройства выпускников академии.

Содержание высшего образования реализуется непрерывно и по уровням: *бакалавриат, магистратура, аспирантура*. Построение содержания образования подчиняется определенной логике. В частности, наиболее нуждающимися в постоянном обновлении уровнем образования является аспирантура – подготовка кадров высшей квалификации.

В этой связи наиболее подвижными по своему содержанию являются магистерские программы, целевая ориентация которых опирается на результаты научных исследований вуза.

Подготовка научно-педагогических кадров обеспечивает развитие педагогической деятельности в сфере туризма, формирование исследовательских умений и навыков эффективного управления туристическими предприятиями в новых социально-экономических условиях.

В соответствии с разработанной моделью дополнительного профессионального образования в туристском вузе может внедряться модульная образовательная программа шести уровней:

- профессиональное обучение кадров массовых контактных профессий (экскурсовод, гид-экскурсовод, инструктор по туризму, аниматор туризма);
- интенсивные краткосрочные программы продолжительностью до 72 час. с выдачей сертификата вуза (сертификационное обучение);
- программы краткосрочного повышения квалификации (72-144 час.) с выдачей удостоверения о повышении квалификации;
- программы повышения квалификации (144-576 час.) с выдачей свидетельства о повышении квалификации;
- программы MBA-туризм (мастер делового администрирования);
- программы профессиональной переподготовки специалистов, рассчитанные на 500 и более часов, с выдачей диплома о переподготовке.

Главный признак эффективного функционирования реализуемой системы непрерывного образования – синтез допрофессионального, базового и дополнительного профессионального туристского образования в единый образовательный процесс с расширением разнообразия (диверсификацией) образовательных программ и образовательных траекторий для построения карьеры выпускника вуз. Основными особенностями высших учебных заведений мира, готовящих кадры для сферы туризма и гостеприимства, являются следующие.

Во-первых, между исторически сложившимися западноевропейской и североамериканской школами туризма и гостеприимства имеются существенные различия.

Во-вторых, в Европе первые учебные заведения по туризму (туристские курсы, колледжи, институты, факультеты университетов) стали возникать в 1950-60-х годах. Росту туризма в послевоенный период сопутствовали стремительный рост туристической индустрии, количества занятых в туризме, диапазон и количество учебных программ по различным туристским специальностям.

В-третьих, возникающие школы по туризму базировались в разных по профилю, но уже существовавших учебных заведениях. По этому признаку можно выделить следующие семь типов школ по принципу их возникновения и формирования, как: □

- новая специализация внутри колледжа академического уровня, как политехнический колледж в Великобритании (polytechnics) и профессиональная высшая школа Германии (Fachschule);
- новое отделение уже существовавшего экономического факультета университета; □
- новое отделение уже существовавшего географического факультета университета;
- академии на базе институтов досуга и рекреаций; □
- академии на базе институтов физкультуры и спорта; □
- школы, возникшие на базе традиционных школ гостеприимства; □
- школы, изначально возникшие как туристские академии.

Каждый из указанных типов имел и нередко по-прежнему имеет свои специфические особенности построения учебного процесса и содержания учебной программы, вызванные специализацией базового учебного заведения, на основе которого произошло формирование школы по туризму. *В-четвертых*, многие специализированные программы по туризму возникли на базе уже существовавших учебных заведений гостинично-ресторанного бизнеса, которые появились в Европе в 1920-1930 годах. Школы именно этого типа формирования оказались наиболее всего приближенными к индустрии туризма и путешествий и преуспели в подготовке высококвалифицированных специалистов для туристской отрасли.

С одной стороны, они уже имели разработанные, проверенные на практике и зарекомендовавшие себя учебные программы, методы и технологии. С другой стороны, они практически лишь расширили диапазон специальностей, в корне, не меняя систему обучения, так как не изменился заказчик их образовательных услуг – индустрия туризма. Иными словами, гостиничные школы расширили диапазон своих образовательных программ за счет туристских программ.

Среди таких школ можно выделить Гаагскую гостиничную школу (Нидерланды, 1929), Ассоциацию отелей, ресторанов и кафе (ХОРЕКАФ). Начав с подготовки персонала для индустрии гостеприимства, школа расширила свои возможности за счет учебных программ по туризму, оставаясь ведущим учебным заведением Европы, готовящим высокопрофессиональных менеджеров отелей и ресторанов бакалаврского уровня. За период с середины 1980-х годов до настоящего времени в зарубежном туристском образовании произошли основные изменения:

- произошел массовый рост количества студентов, учреждений и преподавателей туризма;
- учебные программы по туризму распространились за пределы профессионально-технического обучения (уровня практического колледжа);
- туризм стал предметом изучения на разных уровнях образования.

Рост спроса на туристское образование, изменения в самой индустрии туризма привели к конфликту учебных планов.

С одной стороны, возникла опасность чрезмерного практического знания (vocationalism), при котором туристское образование будет сведено к тому, что станет просто отражать практику работы в туризме. С другой стороны, туристское образование может стать чрезмерно научным, потеряет связь с индустрией, что может привести к утрате самого смысла своего существования.

Произошло разделение учебных программ на программы:

- профессиональная практическая деятельность в туризме;
- туристический бизнес;
- изучение туризма как средства понимания и ответственного действия в широком комплексном мире (этика туризма, устойчивое развитие, безбарьерная среда, социальный туризм).

Широкое распространение получило электронное обучение (e-learning) и он-лайн образование в туризме. Современная подготовка кадров для сферы туризма направлена на формирование профессионалов, занимающихся планированием развития туризма, маркетингом, предоставлением качественных услуг, поддержанием эффективности производства для достижения и сохранения конкурентоспособности туристского сектора.

В основе туристского образования заложена взаимосвязь образования и профессиональной карьеры. Этим определяется решение и проблемы обеспечения устойчивого развития туризма, и вопросов, связанных с определением целей и содержания профессиональных программ по туризму. Особенности туристского образования в разных странах определяются различиями в местных традициях туризма и гостеприимства, современном развитии и размерах туристской индустрии, государственной политике, образовательных структурах, программах, преподавании и обучении, оценивании, исследованиях, качестве и т.п.

В Польше, несмотря на то, что первые исследования в области туризма начались еще в 1936 году в исследовательском центре в Кракове, первое высшее учебное заведение туристского профиля Институт правовых и экономических проблем туризма был создан в 1956 году.

В 1960-е годы в систему туристского образования включились Ягеллонский, Варшавский и Вроцлавский университеты, открыв туристские программы на факультете географии.

В 1970-е годы к ним присоединились Академии экономики в Кракове, Познани и Зелена Горе.

В Польше в 1936-1939 годах работали Лаборатория туризма при Институте географии Ягеллонского университета в Кракове и Исследовательская комиссия под эгидой Лиги поддержки туризма, которые возглавлял С. Лещицкий, писавший о комплексе экономических, географических, статистических, юридических, культурных и социальных проблем, связанных с туризмом (1932).



Лодзинский государственный университет

В Польше в 1956 году в Варшаве был создан Институт правовых и экономических проблем туризма. Во Франции в 1960-е годы были созданы Институт исследований и высшего образования в туризме Парижского университета Сорбонна и Центр туристских исследований университета в Эй-эн-Прованс. С появлением термина «туристическая дестинация» ученые США и Канады изучали развитие дестинаций во всем мире.

В Швейцарии в 1941 году в Берне был открыт Исследовательский институт туризма, который возглавил Курт Крапф. Вальтер Хунцикер организовал семинар по туристскому движению при Высшей школе в Санкт-Галлене, который в 1960-е годы был преобразован в Институт туризма и экономики транспорта. Эти ученые внесли большой вклад в комплексное изучение туризма. Лозаннская гостиничная школа (*Lausanne Hotel School*) в Швейцарии, основанная в 1893 году, считается первой специализированной школой в Европе.

В расширении туристских исследований сыграли и продолжают играть большую роль международные организации:

- МСОТО (Международный союз официальных туристских организаций, созданный в 1947 году, в настоящее время – ЮНВТО).
- АИЭСТ (Международная ассоциация научных экспертов по туризму, в 1951 году).
- Международная академия туризма в Монте-Карло.

Модель жизненного цикла туристической дестинации Р.В. Батлера наиболее известна.

Известна «ромашка Джафари», иллюстрирующая междисциплинарный характер туристских исследований – зарождающейся науки о туризме.

Туристские и гостиничные школы в различных европейских странах избрали разные образовательные модели в соответствии со своими местными условиями и практиками.

Они имеют разные сроки обучения, уровни, содержание, структуры, механизмы взаимодействия с туристской индустрией. Многие школы в начале XX века начинали свою деятельность как узкопрофильные (кулинарные – Дублинский колледж общественного питания (*Dublin College of Catering*) в Ирландии и Вестминстерский колледж (*Westminster College*) в Лондоне, расширили перечень своих образовательных программ горизонтально и вертикально: от программ по туризму и досугу уровня колледжа (без присвоения степени) до программ с присвоением степени в менеджменте. Шотландская гостиничная школа (*The Scottish Hotel school*) создана как специализированная школа менеджмента в 1944 году. Сегодня она является старейшим провайдером университетского образования в Европе и первым университетом, предложившим программы дипломного и последипломного образования в сфере туризма.

Появление в конце XVIII – начале XIX веков Европейского гостиничного диплома («Евродип») означало официальное признание первых формальных программ обучения в образовании по туризму. В Советском Союзе и России началом профессионального туристского образования явилось создание в 1966 году Высших курсов по подготовке и переподготовке специалистов, связанных с обслуживанием иностранных туристов, которые в 1975 году были преобразованы в Институт повышения квалификации руководящих работников и специалистов Главинтуриста. На его базе в 1993 году была создана «Высшая Школа по Туризму и Гостиничному Хозяйству» (ВШТГ), выполнявшая подготовку специалистов для гостинично-туристического комплекса Москвы по программам среднего профессионального образования.

В 2000 году ВШТГ была преобразована в Московскую академию туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, с 2011 году – Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича. В Канаде зарождение формального туристского образования в Канаде связано с периодом, начиная с конца 1960-х годов, когда появились первые колледжи с программами по туризму и гостеприимству, а в университетах – дополнительные дисциплины по туризму – география туризма. В течение 1970-х годов отмечался стремительный рост образовательных программ по туризму и гостеприимству и количества студентов.

В 1977 году был создан первый специализированный институт – Гостиничный Институт Онтарио (Ontario Hostelry Institute – ОНТ).

В США пионерами университетского образования в туризме являются Техасский университет (*Texas A&M University*) и Мичиганский государственный университет (*Michigan State University*), которые первыми ввели образовательные программы по туризму и стали проводить научные исследования в туристской сфере в 1970-х годах.

Именно на базе европейских, а затем и североамериканских университетов туризм в 1940-1970-е годы получил развитие как предмет научных исследований и как образовательная программа с такими дисциплинами, как география, городское планирование, ландшафтное проектирование, экономика, социология, антропология, менеджмент и др.

Результаты исследований стали получать отражение в специальных научных журналах, а также в профессиональных журналах для работников туристической индустрии.

Туристские исследования на базе университетов внесли колоссальный вклад в изменение отношения к туризму, он перестал восприниматься как легковесный и лишенный научности предмет изучения, и получил признание как законная область академической науки.

Главным образом это было связано с формированием системы методов и методик по изучению многостороннего феномена туризма. Методология туризма и разные научно-методологические школы сформировались благодаря и на базе разных университетов мира. Взаимосвязь науки и образования в туризме так же очевидна, как и в любой другой области знаний.

В Великобритании первые программы по туризму появились в середине 1960-х годов, а к концу 1970-х насчитывалось уже 50 учебных заведений туристского профиля, предлагающих такие программы. Началом туристского образования в Великобритании можно считать появление в 1972 году двух программ последипломного обучения (*postgraduate programmes*) в университетах Стрэтклайд и Суррей. Программы, имеющие отношение к туризму существовали и ранее, но это были бакалаврские программы для индустрии гостеприимства.

Туризм изучался в них как факультативный компонент. Именно в 1972 году туризм впервые стал самостоятельным направлением в образовании. Тогда на две первые бакалаврские программы было зачислено 20 студентов, а сегодня туризм занимает важное место в системе профессионального и высшего образования Великобритании, по программам туризма обучается свыше 50000 студентов. Сегодня количество поступающих на программы по туризму составляет половину на математику и четверть – медицину. Отмечается значительный постоянный и стабильный рост поступающих на программы туризма.

Практически все колледжи профессионального образования включают туризм и половина учреждений высшего образования предлагают программы по туризму.

Университеты Стрэтклайд и Суррей (*the University of Strathclyde, the University of Surrey*) получили статус университетов в 1960-х годах.

Все остальные университеты, предлагающие программы по туризму, – это бывшие политехнические институты или институты высшего образования (*polytechnics or institutes of higher education*), которые стали университетами в 1992 году. Такое развитие отражает путь, которым туризм как новая и профессиональная область знаний вклинился в профессиональную ориентацию бывших политехнических институтов.

Из учреждений, предлагавших бакалаврские программы в конце 1990-х годов, только 14% были университетами, созданными до 1992 года.

Университеты Стрэтклайд и Суррей изначально произошли от профессионально-технических школ. А более старые и традиционные университеты, – Ноттингем и Эксетер (*Nottingham u Exeter*) совсем недавно включили туризм в перечень своих образовательных программ. Выделяют три этапа развития туристского образования в Великобритании.

Первый этап (до начала 1990-х годов) – период «турбуленции» (Turbulence), отмеченный стремительным ростом туристского образования, активным вмешательством правительства, направленным на его расширение, отчасти в ответ на потребности в области трудовой занятости.

Политика в области образования и финансирование стали гораздо более ориентированным на рынок, что сделало учебные заведения относительно свободными в разработке своих программ для удовлетворения потребностей рынка. Были созданы новые университеты, получившие гораздо больше свободы для разработки своих программ, по сравнению с прежними политехническими институтами. Туризм как сфера образования пользовался большим спросом у студентов.

Второй этап (до конца 1990-х годов) – период «смутного времени» и нестабильности (Unease). Он отмечен чрезмерным количеством образовательных программ по туризму, неуверенностью в значимости всех этих программ для потребностей занятости, отсутствием согласованности в отношении содержания учебных планов по туризму и недостатком данных о количестве программ и студентов.

Третий (современный) этап отмечен вниманием к обеспечению и усилению качества образовательных программ по туризму (Quality assurance and enhancement).

На всех уровнях образования проведены мероприятия по предоставлению различным заинтересованным сторонам, особенно правительству, студентам и работодателям гарантий качества реализуемых программ.

Контроль проводился в форме обзоров, оценок, аудитов, разработок квалификаций, введения кодексов практик, определения предметных критериев и спецификаций программ.

Результатом стал гораздо более высокий уровень контроля, управления и информации о качестве программ. Современное туристское образование Великобритании занимает сильные позиции. Оно привлекательно для студентов, поддерживается большим сообществом преподавателей и ученых, которые опираются на поддержку национальных и международных специалистов в виде журналов, книг, организаций, конференций, других ресурсов.

Однако сохраняется особенность, которую некоторые специалисты считают недостатком – преподавание туризма по-прежнему зачастую связано с другими областями.

Система туристского образования в Нидерландах включает профессионально-техническое (среднее специальное), высшее и университетское образование.

В Нидерландах первые высшие заведения по туризму – Нидерландский институт туризма и досуга, были образованы в начале 1960-х годов. В отличие от школ гостеприимства у школ туризма, в целом у туристского образования не было традиций. Зарождение туристского образования в Нидерландах связано с Институтом туризма в Бреде. Процесс его создания начался с личного разговора в 1964 году голландского министра торговли, осознававшего растущую важность туризма для страны, с директором Бюро конгрессов и посещений Бреда (Convention and Visitor Bureau of Breda), города на юге Нидерландов. Результатом этого общения стало обоюдное признание чиновниками отсутствия формального образования для растущего сектора. Более существенным результатом стало создание в стране первой школы туризма.

В 1965 году Министерством образования был выделен бюджет для создания института по подготовке будущих «служащих туризма» (tourism officers). Город Бреда предоставил помещения и старый монастырь в центре города для образовательных целей.

Нидерландский научный институт туризма создан для работы в 3-х сферах деятельности:

- образование и профессиональная подготовка;
- научные исследования;
- конференции и встречи ученых и исследователей туризма со всего мира.

В Великобритании 60 университетов предлагают образовательные программы по туризму, гостеприимству, отдыху и рекреациям: Бирмингем, Стрэтклайд, Лафборо, Суррей, Кент, Эбериствит, Эксетер, Роберт Гордон, Манчестер Метрополитен, Шеффилд Хэллэм.



Когда в 1966 году первые 60 студентов были зачислены на программу продолжительностью 2 года и 3 месяца, основное внимание в обучении было сосредоточено на мировых туристских достопримечательностях, хотя скоро стало очевидным, что необходим более серьезный акцент на теоретических дисциплинах: экономике, социологии, психологии, навыках менеджмента.

В результате в 1967 году Институт переориентировал образование на управленческое и профессиональное обучение и одновременно стал центральным звеном образовательной системы высшего профессионального образования Нидерландов.

В 1980-х годах учебная программа увеличилась до 4-х лет, т.е. стандартного периода обучения в высшем профессиональном учебном заведении.

В 1987 году после слияния с Академией транспорта в Тилбурге Нидерландский научный институт туризма стал частью Национальной высшей школы туризма и транспорта.

В настоящее время она является частью Университета профессионального образования Бреда и насчитывает 6000 студентов. Современная 4-х-годичная бакалаврская программа, имеющая сертификат качества ЮНВТО. *TedQual*, включает дисциплины:

- «Менеджмент туризма».
- «Гостиничный менеджмент».
- «Менеджмент предприятия».
- «Функциональный менеджмент туризма».
- «Менеджмент отдыха».
- «Городское планирование».
- «Менеджмент транспорта и логистика».
- «Менеджмент развлечений».

Университет профессионального образования Бреда является партнером университетов Германии, Великобритании, Франции, Испании, Швеции, Италии и Португалии по европейской магистерской программе менеджмента туризма. Среди приоритетов высшей школы туризма и транспорта Бреда – международные межвузовские связи, связи преподавателей и студентов с туристической индустрией и компетентностный подход в обучении (*competency-based learning*).

В Берлине в 1929 году был создан Исследовательский институт туризма при Высшей торговой школе. Задачи института включали изучение туризма не только с географической и экономической, но и организационной, социологической, правовой, метеорологической и медицинской сторон. В Германии история туристского образования прослеживается с 1870 года, когда появились первые программы профессионального ученичества (*apprenticeship*).

В ФРГ в 1950 году был основан Немецкий экономический институт туризма в Мюнхене, а в 1952 году – Институт туризма во Франкфурте-на-Майне.

В Германии программы среднего профессионального образования в сфере туризма существуют давно; программы туристского образования академического уровня относительно новы. Их предлагают высшие специальные учебные заведения (*Fachhochschulen*), интегрирующие практическое и теоретическое обучение. Также учебные программы по туризму реализуют политехнические институты и торговые академии. Среди политехнических институтов хорошо зарекомендовали себя Хайльброннский, Вормский, Кемптенский, Мюнхенский институты.

Хайльброннский политехнический институт ведет подготовку туристского профиля на факультете бизнес-администрирования в туризме. После окончания четырехгодичного курса обучения, включающего два семестра производственной практики, выпускники получают диплом бакалавра по бизнес-администрированию в туризме.

Мюнхенский политехнический институт предлагает аналогичный четырехгодичный курс, который делится на двухгодичный курс по бизнес-администрированию с одним семестром производственной практики и двухгодичный курс по туризму со специализациями «Менеджмент туризма» и «Гостинично-ресторанный менеджмент», включающий один семестр производственной практики. Учебный процесс во всех учебных заведениях Германии туристской направленности строится на основе модулей – теоретических и практических, обязательных и факультативных.



По-прежнему не существует самостоятельной учебной программы или степени по туризму в университетах. Однако, ситуация изменится по мере растущей интеграции курсов высшего образования в Европейском Союзе. Помимо Великобритании, Нидерландов, Германии странами-лидерами европейского туристского образования являются Франция, Испания, Португалия, Швейцария.

Формальное обучение туризму в Северной Америке началось в 1940-е годы, но предметная область начала развиваться в 1980-е годы. Туристское образование получило широкое распространение за последние несколько десятилетий, что отражает рост признания индустрии туризма как одной из самых важных экономических, социальных и экологических сил современного мира, влияющих на социальную, культурную, природную среду.

Туризм продолжает расти по популярности в образовательных учреждениях, и как область преподавания, и как поле исследований. В настоящее время по программам туризма и гостеприимства обучается 55-60000 студентов в 176 различных учебных заведениях Северной Америки. Большинство из них (36000) обучаются по бакалаврским программам, а около 1/3 на программах с присвоением сертификатов и дипломов (2-х-годичные программы).

28 университетов предлагают последипломное обучение (post-graduate courses) в туризме.

Ведущими университетами США, предлагающими магистерские и докторские программы в туризме (Master и PhD), являются Техасский университет администрирования и менеджмента (Texas A&M University) и Мичиганский государственный университет (Michigan State University).



Мичиганский государственный университет (Michigan State University) первый в США, открывший в 1963 году программу по туризму.

За последние 30 лет количество высших учебных заведений, предлагающих образовательные программы по туризму и гостеприимству увеличилось почти в 4,5 раза.

В начале 1970-х годов в США предлагалось около 40 четырехгодичных бакалаврских программ по туризму. В настоящее время более 170 программ завершается присвоением степеней высшего образования и более 800 программ – сертификатов и дипломов.

Существуют двух- и четырехгодичные программы, программы высшего образования.

Это национальные и международные программы со специализациями в кулинарном искусстве, гостиничном, ресторанном менеджменте, менеджменте туризма и путешествий.

В 1995 году в США было принято решение, что учебный план 4-х-годичного обучения менеджменту туризма должен включать 26 компонентов, сгруппированных по 4-м широким категориям: общее, бизнес-образование, туристское и экспериментальное образование.

Сегодня большинство программ по туризму и гостеприимству состоят из 4-х разделов: специализация/профиль (major); общее образование и навыки обучения; элективы (дисциплины по выбору); практики (обеспечивающие опыт работы).

Образование и профессиональная подготовка развиваются на различных уровнях, от профессиональных курсов до научных программ с присвоением высоких ученых степеней.

Туристские дисциплины преподают в средней школе; профессионально-технические школы (vocational schools) выпускают работников с начальным туристским образованием; двухгодичные колледжи сообществ (junior community colleges) предлагают профессиональную подготовку кадров для различных секторов индустрии туризма. В туристском образовании активны

- торговые и профессиональные ассоциации;
- образовательные программы и курсы предлагает Американское общество турагентов (American Society of Travel Agents);
- Институт сертифицированных турагентов (the Institute of Certified Travel Agents);
- Институт образования Американской ассоциации гостиниц и размещения (the Educational Institute of American Hotel and Lodging Association);
- Фонд образования Национальной ассоциации ресторанов (the National Restaurant Association Education Foundation). Большинство государственных перевозчиков предоставляют своим служащим программы тренинга и образовательные программы.

Колледжи и университеты активны в предоставлении туристского образования.

Соответствуя разнообразию индустрии, предлагаются курсы в школах бизнеса, школах гостиничного и ресторанного администрирования, колледжах природных ресурсов, на факультетах коммерческой рекреации, социологии, географии, антропологии. Ряд школ предлагает программы высшего образования по туризму и путешествиям с присвоением степеней, присуждает докторские степени по научным направлениям, связанным с туризмом.

Специализированные целевые школы, созданные на средства от продажи земли, полученной от федерального правительства, для проведения практических занятий (land-grant schools) через Кооперативную службу распространения сельскохозяйственных знаний и внедрения достижений (Cooperative Extension Service), действующую во всех 50 штатах, организуют образовательные услуги для менеджеров гостиниц, мотелей, ресторанов, курортов, клубов, морских вокзалов и причалов, малого бизнеса и аналогичных предприятий некоторых государственных организаций.

Краткосрочные курсы и конференции организуются для менеджеров, чтобы сделать их эффективными и продуктивными. Значительный опыт по подготовке персонала всех уровней для туристской и гостинично-ресторанной индустрии накоплен учебными заведениями США: Университет Джорджа Вашингтона, Калифорнийский государственный университет, Корнелльский университет, Мичиганский государственный университет, Университет Висконсин-Стаут, имеющие зарекомендовавшие себя факультеты, готовящие кадры для индустрии туризма и путешествий.

В числе старейших и крупнейших американских вузов, готовящих кадры для туристской деятельности, следует назвать Университет Джонсон энд Уэйлз (г. Провиденс, Род Айленд).

Этот частный университет был основан в 1914 году Гертрудой Джонсон и Мэри Уэйлз как школа бизнеса, и в настоящее время в университете обучается более 8000 студентов.

В Канаде 17 университетов имеют четырехгодичные программы по туризму и гостеприимству (degree programs), 71 колледж – двухгодичные программы (diploma programs).

В то время, как колледжи предлагают программы по туризму уже более 25 лет, половина университетских программ существует около 15 лет. В Канаде система образования регулируется на уровне администраций провинций страны.

В 1990-е годы были созданы Туристский совет образования провинции Альберта (Alberta Tourism Education Council (ATEC)) и Институт туризма Тихоокеанского региона в провинции Британская Колумбия (the Pacific Rim Institute of Tourism (PRIT)). Оба учреждения имеют главной целью координацию и ускорение достижения соответствия системы туристского образования и подготовки потребностям индустрии. Создание этих организаций оказало серьезное влияние на улучшение количества и качества туристского образования.

Туристское образование завоевало доверие, достигло прогресса в области разработки стандартов сертификации для широкого перечня профессий в индустрии туризма.

Доступ к правительственному финансированию туристского образования и подготовки был существенно улучшен. В 1993 году была создана национальная организация – Канадский совет людских ресурсов для туризма (the Canadian Tourism Human Resource Council (CTHRC)), которая обеспечивает координацию подготовки кадров, поддерживающую конкурентную и устойчивую туристскую индустрию Канады. Совет предлагает подготовку кадров, национальные профессиональные стандарты, профессиональные сертификаты, планирование туристской карьеры. Существует Канадская академия по путешествиям и туризму (the Canadian Academy of Travel & Tourism), которая предлагает туристские курсы, проекты, другие виды деятельности как часть учебного плана в отдельных школах Канады (18 школ в 7 провинциях), занимается туристскими исследованиями, планированием карьеры для молодежи.

Среди североамериканских университетов есть программы, имеющие сертифицированные ЮНВТО. *TedQual*:

- Университет Квебека (the University of Quebec);
- Университет Джорджа Вашингтона (the George Washington University);
- Университет Джонсон энд Уэйлз (Johnson & Wales University);
- Гавайский университет в Маноа (the University of Hawaii at Manoa).

Туристское образование Северной Америки пользуется мощной поддержкой серьезных профессиональных ассоциаций.

Это Ассоциация исследований в области путешествий и туризма (the Travel and Tourism Research Association (TTRA)), являющаяся крупнейшей в мире исследовательской организацией в туризме, и Международный совет по гостиничному, ресторанному и институциональному образованию (the International Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE)), более новые ассоциации, такие, как Международное общество работников образования в области путешествий и туризма (the International Society of Travel and Tourism Educators (ISTTE)) и Международная академия по изучению туризма (the International Academy for the Study of Tourism).



Йоркский университет в Канаде



Университет Джонсон энд Уэйлз

В Австралии и Новой Зеландии большинство государственных университетов предлагают программы высшего образования по туризму и гостеприимству (с присвоением степени).

Финансирование со стороны Исследовательского центра по устойчивому туризму, партнерство между университетами, администрациями и туристскими предприятиями – ключевой фактор, позволивший Австралии серьезно конкурировать на международной арене в туристских исследованиях.

Стремительно вырос набор международных студентов на туристские программы в обеих странах, в основном благодаря близости азиатского студенческого рынка и привлекательности Австралии как места получения образования.

В Китае рост туристского образования характеризуется тремя стадиями развития.

Первая – от основания нового Китая (1949) до реализации реформы (1978) – это была стадия в основном обучения на рабочем месте (on-job training) контактного (front-line) персонала, такого как служащие гостиниц, водители экскурсионных автобусов, гиды, переводчики.

Вторая – с 1978 года до середины 1990-х годов – заметный рост туристского образования в Китае и формирование туристской системы образования.

Третья – с середины 1990-х годов до настоящего времени – образование в школах и колледжах туризма вошло в стадию развития качества.

Внимание уделяется не только совершенствованию качества, развитию материально-технической базы реализации программ и образовательной реформы, но и исследовательской деятельности, касающейся формирования дисциплин туризма, научного формирования программ, сотрудничества и обмена с туристскими институтами за рубежом и интеграции с международной практикой, которые требуют совершенствования.

По мнению теоретиков туризма (Т. Баум, Д. Христенсен), правительство и работодатели Великобритании признают тот факт, что для обеспечения благосостояния на национальном, региональном и индивидуальном уровнях рабочая сила в будущем должна состоять из хорошо подготовленных специалистов, которые имеют кругозор международного масштаба.

По мнению К. Дехтера («Движение к цели: проведение научных исследований учебных планов во времена постоянных перемен»), наиболее ярким проявлением дифференциации подготовки специалистов туристского профиля являются индивидуальные учебные программы.

В частности, если студенты отделений туризма в начале второго года обучения избирают определенную область, вместе с консультантом разрабатывается индивидуальная программа избранной специализации. В отдельных случаях может быть разработана специальная междисциплинарная программа. Вариантность программ, свободный выбор основных дисциплин и предмета исследования в рамках программы имеет место во всех вузах Великобритании.

Возможность реализации индивидуальных учебных планов обеспечивается модульно-блочной системой построения программ. В Великобритании впервые модульная система была введена в начале XIX века и уже через полстолетия свободный выбор студентами учебных дисциплин стал общим правилом в вузах Великобритании.

Обучение блоками осуществляется на основе гибкой программы, обеспечивающей ученикам возможность выполнения разнообразных интеллектуальных операций и использование полученных знаний во время решения учебных задач.

Как утверждают английские теоретики Б. Гольдшмидт и М. Гольдшмидт, такая учебная программа содержит последовательные блоки:

- информационный;
- тестово-информационный (проверка усвоенного);
- коррекционно-информационный (при неверном ответе – дополнительное обучение);
- проблемный (решение задач на основе полученных знаний);
- блок проверки и коррекции.

Соотношение между обязательными и элективными дисциплинами в программах различных университетов разное и зависит от многих параметров: цикла обучения, его принадлежности к государственному или частному сектору, специальности и т.п.

Третий блок составляют факультативные курсы. Главное отличие в том, что элективные курсы, в отличие от факультативных, являются зачетными.

По мнению У. Тайхера, сущность дидактического процесса на основе модульной технологии состоит в том, что содержание обучения структурируется в автономные организационно-методические блоки (модули). Содержание и объем модулей варьируются в зависимости от профильной и уровневой дифференциации обучающихся и дидактических целей.

Положительным фактором модульного обучения является то, что содержание учебного материала без нарушения его логики сжимается до нужных временных интервалов, а в дальнейшем конструируется в отдельные блоки-модули и подается с помощью специфических и традиционных методов и форм обучения. Такой подход позволяет создать условия для выбора индивидуальной траектории движения учебного курса. Модульный подход трактуется известными английскими педагогами Б. Гольдшмидтом и М. Гольдшмидтом как специфическое, методологическое направление современной науки. Модульное обучение имеет 3 разновидности: как система; психолого-педагогическая теория; организационная структура.

Данная система представляет собой совокупность содержания, форм, методов и средств обучения. Психолого-дидактическая теория призвана определить идеи, принципы, законы и закономерности, модели и классификации, понятия и научные факты психосоциального развития человека в трех взаимосвязанных аспектах: владение системой знаний, норм и ценностей.

Модульное построение содержания учебных программ британских вузов туристского профиля, базируется на следующих принципах:

- целенаправленный подбор учебного материала в целевые блоки;
- его всесторонность, интегративность;
- обеспечение относительной самостоятельности модуля, логическая завершенность;
- методическое обеспечение усвоения материала студентами;
- обратная связь с преподавателем.

Идеи модульного обучения тесно связаны с интеграцией знаний. При обучении туристским специализациям на уровень бакалавра обязательные дисциплины составляют в среднем до 60 % общего объема учебного времени. Больше 20 % являются элективными, 20 % отведено факультативам. Такой принцип построения учебных программ дает возможность легко изменить избранную при вступлении в вуз специальность на первом и втором году обучения.

При этом курсы, которые были обязательными для одной специальности, могут быть зачисленные как элективные для другой.

Возможность выбора предметов из разных блоков обеспечивает гибкость всей системы подготовки специалистов туристского направления. По мнению украинского и литовского исследователей технологии проблемно-модульного обучения М. Чошанова и П. Юцявичене, модульная система определяет новые методы, формы и принципы организации обучения и контроля как основные компоненты дидактической системы:

- мобильность обучения;
- сочетание разнообразных предметных элементов в одном модуле;
- единство теории и практики профессионального обучения;
- педагогическая целесообразность использования новых информационных технологий;
- соответствие технологий и методологий обучения развитию новейшего информационного мирового пространства.

Новые учебные курсы, разработанные с учетом традиционных и новейших принципов, способствуют творческой самореализации студентов, индивидуализации их обучения и формированию у них широкого кругозора. Важную роль во внедрении кредитно-модульно-рейтинговой системы обучения и контроля в отечественной высшей школе сыграл научно-практический семинар «Кредитно-модульная система подготовки специалистов в контексте Болонской Декларации».

В последнее время все большее распространение приобретает принцип построения учебных программ по проблемам, в отличие от традиционного предметного подхода.

Подготовка высококвалифицированных специалистов часто требует внедрения особых программ, которые базируются на междисциплинарном принципе. К ним относятся также интегрированные курсы. Некоторые педагоги (К.Вазина, Т. Васильева, О. Гуменюк) проводят тесную связь между саморазвитием человека и модульным обучением, вводят понятия «модули самообучения», модульно-развивающее обучение социально-психологического аспекта.

Междисциплинарность, по определению С.Зибера, Э. Крекеля, Д.Ван Бауера является трудной задачей с точки зрения ее реализации. Междисциплинарный подход используется в сфере научных, технологических и социальных исследований, а также в технологиях обучения.

По утверждению ученых Великобритании (Б. Вайлер, Б. Фолкнер, Р. Шоу), междисциплинарный подход в туристском образовании направлен на воспитание у студентов таких качеств:

- широта взглядов;
- нестандартность мышления;
- способность решать общие проблемы на стыке разных областей;
- способность видеть взаимосвязь фундаментальных исследований, технологий и потребностей производства;
- умение оценить эффективность нововведения, организовать его практическую реализацию.

Такой подход предусматривает не только умение решать, а и формулировать проблемы, видеть сложную ситуацию с разных точек зрения, предусматривать социальные и экономические следствия новых технологий. В большей степени высшее образование должно заниматься междисциплинарными проектами. Настоящее междисциплинарное исследование сокращает путь к новым дисциплинам завтрашнего дня и является очень важным средством удовлетворения потребностей промышленности, решения как экономических, так и социальных проблем.

Следует всячески стимулировать реализацию меж- и трансдисциплинарных программ, в первоочередном порядке обеспечивая ресурсами исследования, проводимые с участием представителей различных дисциплин. Междисциплинарные программы обеспечивают необходимую многопрофильность профессиональной подготовки студентов отделений туристского профиля, более разностороннюю их образованность.

По мнению Д. Ричи, современные требования к профессиональной подготовке специалистов в сфере туризма предусматривают усовершенствование подготовки студентов к будущей практической деятельности путем насыщенности и разнообразия не только содержания, а форм и методов обучения региональных программ для сферы туризма и гостеприимства.

На современном этапе в Великобритании сохранились традиционные формы организации обучения: лекции, семинары, дискуссии, практические занятия, самостоятельная работа.

Существует отличие и в преподавании одной и той же дисциплины в разных учебных заведениях. На преподавание теоретической дисциплины предусмотрен 1-2 лекционных часа в неделю и семинарские часы – раз в две недели, на которых время от времени проводится письменный контроль знаний. Во многих вузах существует свободная посещаемость лекций, а выполнение письменных работ является обязательным. Лекционная система в английских университетах составляет неотъемлемую часть схемы: лекция + экзамен.

По мнению Д. Блаяя лекция занимала ведущее место в процессе подготовки студентов.

Таким образом, система туристского образования в Британии развивается, наследуя все положительные аспекты в технологии организации учебного процесса в высшей школе.

В новом контексте многочисленных экологических, экономических, культурных и общественных последствий глобализации всех явлений локальные особенности становления и развития туристской отрасли во Франции могут иметь большое значение для выявления общих тенденций при создании туристского образования в разных странах.

Исторические этапы развития системы туристского образования охватывают последние 40 лет, то есть эта отрасль еще очень молодая и находится в стадии становления.

Однако, ее развитие происходит особенно стремительно в последние 5 лет. Государство во Франции выступает как гарант стойкого и долгосрочного туристского развития, поддерживая научный поиск и прогнозирование, расширяя партнерство администрации с общественными, частными и ассоциативными организациями сферы туризма. Оно включается в разнообразные акции в европейском и международном масштабе, что позволяет Франции сохранять ее первое место в мировом туристическом ранге.

По мнению Ж. Тригано, государство должно благоприятствовать перспективному подходу к статистическим, политическим и экономическим знаниям в туризме. Оно сохраняет действительно признанную всеми субъектами компетенцию в вопросе об экономических наблюдениях и статистических знаниях в туризме. Наилучшее знание исследований в сфере туризма и приоритет проводимых работ должны помочь руководителям туристской отрасли понять и предвосхитить эволюцию туристической деятельности. Они должны способствовать оценке политиками экономического и политического удара стихийных, экологических бедствий или конфликтов в сфере туризма. Государственная программа по туризму, принятая во Франции в 1995 году, акцентировала внимание на таких целях, как компетентность и солидарная ответственность государственных структур за развитие туристской сферы в структуре экономики страны.

Определяя цель и программу развития туристской сферы, правительство считает, что на основе общеэкономического и общественно-политического значения этой индустрии необходимо экономически обосновать общеполитическую ответственность регионов за туристскую политику в рамках конституционного размежевания задач. Правительством Франции определены направления туристско-политических целей, для достижения которых были разработаны соответствующие мероприятия и очерчена сфера функционирования задач и их реализации:

- гарантия необходимых для развития туризма условных границ в рамках конституции;
- повышение производительности и конкурентоспособности экономики туризма;
- улучшение возможностей для участия широких слоев населения в туристской деятельности;
- создание международной кооперации в туризме;
- усовершенствование условий для проведения туристской политики – развитие координации и информации.

Проанализировав ряд научных источников, можно констатировать тот факт, что туристская сфера Франции занимает одно из ведущих мест в экономике, принося большую прибыль стране. Статистические данные свидетельствуют о перспективах роста экономики туризма, имеют место тенденции ее ускоренного развития в будущем: увеличение с каждым годом числа туристических предприятий и занятых в этой сфере.

Данная область экономики требует подготовленных специалистов, готовых в новых экономических условиях решать поставленные перед сферой сложные задачи.

В последнее время возрастает сеть разнообразных учебных заведений из-за многоплановости туристической деятельности, начавшие подготовку специалистов для сферы туризма.

Возрастающий спрос на услуги в сфере досуга и туризма привел к созданию широкой палитры специальных учебных заведений. Те, кто стоят перед выбором профессии или хотел бы профессионально переориентироваться, все чаще избирают эту сферу для своей будущей жизнедеятельности. Индустрия туризма испытала сегодня самые большие темпы роста среди всех сфер мировой экономики. Этот заметный подъем начался 10 лет тому.

Согласно утверждению всемирного совета по туризму и путешествиям (World Tourism & Travel Council) 10 млн. Новых рабочих мест должны появиться на протяжении 10 лет, делая, индустрию туризма самым большим в мире работодателем следующего десятилетия.

Этот рост касается именно туристического, гостиничного и ресторанного бизнеса.

Поэтому подготовка специалистов европейского уровня является насущной необходимостью для экономики Франции. На сегодняшний день Франция занимает одно из лидирующих мест в мировой туристической индустрии. Благодаря продуманной системе управления и развития, она достигла этого высокого уровня. Опыт профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма, гостиничного хозяйства и ресторанного бизнеса является ценным не только для Украины, а и для многих других стран мира. Начиная с 50-х годов XX-го века, туризм приобретает массовость. Во Франции основываются первые институты и факультеты для изучения сферы туризма и подготовки профессиональных кадров. На научной основе исследуется уровень возрастания роли туристической индустрии в экономике.

Кроме сугубо экономических, привлекаются такие науки, как география, история, культурология, этнография. Разнообразные исследовательские подходы формируют особенности профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма, гостиничного хозяйства и ресторанного бизнеса в высшей школе Франции, рассчитываются основные направления, тенденции и особенности развития. Темпы роста предприятий и рабочих мест в сфере туризма становятся лидирующими среди других областей экономики, а это требует дополнительных профессиональных кадров.

По мнению французских исследователей (Б. Дория и А. Сера), обычно этот подъем был обусловлен огромным возрастанием спроса. Удержание возрастания спроса ведет, прежде всего, к постоянному возрастанию качества продукта.

Особое внимание отводится качеству и практичности профессиональной подготовки.

Туристическая индустрия зависит от многих других сфер производства. Поэтому только специалисты с широким кругом академических знаний могут удовлетворить потребности времени.

Распределение рынка спроса обусловило структурное разветвление туристической индустрии.

В высшей школе Франции появляются специализированные направления подготовки.

Индустрия туризма развивается огромными темпами, усовершенствуются уже известные методы и направления работы, создаются новые.

Программы учебных заведений уже сегодня должны учитывать понимание будущих потребностей и выпускать специалистов, имеющих достаточную образовательную почву для реального решения, как современных, так и будущих задач.

В 1961 году был основан Центр Высших Исследований в Туризме на базе Университета Париж 1 Сорбона (*l'Universite Paris I Pantheon-Sorbonne*).

В 1981 году был создан Институт Ватель (*Institut Vatel*), который выпускает менеджеров туризма и гостиничного хозяйства. На сегодня он уже имеет 8 филиалов в 5-ти странах.

В 1982 году основывается учебный центр высшего образования ESARC-CEFIRE.

Цель этого частного вуза – постоянная подготовка высококвалифицированных специалистов для дальнейшей работы в этом учебном центре. Расположенный в трех больших университетских городах: Тулуза, Монпелье и Экс-ан-Прованс ежегодно готовит 900 специалистов в областях торговли, коммуникаций, управления и делопроизводства, находясь в первой десятке частных коммерческих учебных заведений Франции. В 1990 году в Лионе открывается Школа Кулинарного Искусства и Гостиничного Хозяйства по представлению Министерства культуры Франции.

По мнению исследователей сферы туризма, существующие высшие учебные заведения Франции не удовлетворяют требования будущих руководителей национальных и международных организаций уровнем теоретических знаний.

В 1998 году проводится реорганизация школы, целью которой было продвижение по всему миру кулинарного искусства и умения принимать по-французски.

Весной 1990 были назначены эксперты для изучения возможности создания новых университетов в регионе Кале. Немного позже декретом правительства и с его финансовой поддержки был создан Университет в Артуа, с целью сделать образование более доступным.

В последние годы (1985-2000) здесь наблюдается значительный рост численности студентов. Университет Артуа принял около 50000 студентов в 1999-2015 годах, превосходя прогнозирование численности региональной схемы развития Севера Па-де-Кале. Согласно тем же официальным источникам, рост продолжится до 2020 года.

В 1999 году Франция заняла первое место в мире по валовому объему предоставленных туристских услуг, поэтому именно французский опыт может быть широко использован на Украине. Туризм является значимой сферой деятельности для экономики Франции, как отрасли индустрии, занимающей первое место в этой стране. Туристическая деятельность находится в постоянном росте, несмотря на конъюнктурные затруднения.

Туризм представляет около 7,5 % национального ВВП Франции, с 106 миллионами посетителей в 2015, мировое первое место в туристическом направлении.

На международной конференции в Париже «Горизонты в сфере туризма» (1992) французские исследователи туризма (Ж. Огюстен, Ж. Шарри, Ж. Деле, Ж. Дюма и др.) утверждали, что студенческая мобильность определяется историческими и культурными связями, существующими между странами, а также географическими факторами.

В 2020 году во Франции предусматривается на 20 % увеличение числа туристов.

В мировой экономической ситуации, имеющей уже несколько лет тенденцию к ухудшению, Франция остается, несмотря ни на что, первой страной в мире по числу приезжающих туристов: 77,5 миллионов человек в 2002 и рост в 2 % в 2003-2015 годах.

По численности прямых и косвенных рабочих мест, туризм представляет более 2 млн. наемных рабочих. 30000 человек находят работу в этой отрасли. 60000 учеников, студентов и стажеров обучаются в учебных заведениях туристского профиля.

Однако, международная конкуренция становится все более и более напряженной, внутри Европы с 52 % мировых туристических зон, в мировом масштабе: на классическом продукте «солнце и море» с французским предложением конкурируют те, которые предлагают менее затратные условия. Конкуренция со стороны Кубы и Санто-Доминго наступает на Карибскую зону. Для победы Франция должна сделать ставку на качество.

Госсекретарь по туризму Л. Бертран, предложил «План повышения качества туристских услуг во Франции», где сказано, что «качество является абсолютной необходимостью для обеспечения долгосрочного развития туристической деятельности и профессий в туризме».

Для улучшения качества услуг, необходимо повысить уровень квалификаций и компетенций для того, чтобы лучше отвечать ожиданиям все более и более требовательной клиентуры.

Образование должно оказаться одним из ключевых элементов этого плана. Сегодня экономика туризма испытывает два больших затруднения: спрос на 50000 объявлений о найме на работу не подтверждается предложениями в профессиях гостиничного дела.

Каждый год около 100000 человек бросают работу в сфере туризма из-за соответствующей неустойчивости своего положения в этой сфере. Сезонность работ, невысокая заработанная плата, недостаточная возможность самореализации, низкая технологическая и информационная оснащенность туристского сектора отторгает молодые кадры этой сферы. Для анализа статистики используются два источника, позволяющие измерить темпы роста или спада в секторе наемных работ в туризме. Национальный Межпрофессиональный Промышленный Центр дает каждый год число рабочих мест в сфере туризма и Национальный Институт Статистических и Экономических Исследований – в «отелях – кафе – ресторанах».

Профессии в сфере туризма, гостиничного дела и рекреации различны, как различны и учебные заведения, осуществляющие профессиональную подготовку таких специалистов.

Для многочисленных специалистов постоянное повышение квалификации является циклом непрерывного образования, как условие сохранения своей конкурентоспособности в туристской сфере. В связи с изменениями, связанными с эволюцией ожиданий клиентуры, с глобализацией туризма, с вторжением новых технологий и капиталов, как директора предприятий, так и их работники испытывают постоянную потребность углублять свои знания и улучшать свои умения.

С целью совершенствования системы профессионального образования во Франции были созданы общественные учреждения, вносящие свою лепту в реформирование туристского образования. АФПОУ – Ассоциация Профессиональных Образовательных Учреждений Франции – первое учреждение профессиональной ориентации для взрослых во Франции и Европе. Эта организация (1949) в течение 50 лет играет активную роль в развитии экономики Франции, опираясь сегодня на 22 региональные организации, 262 образовательных учреждения и 190 туристических мест.

ГРЕТА – Ассоциация локальных общественных образовательных учреждений (≤ 290) объединяет трудовые и материальные ресурсы для осуществления стратегии непрерывного образования: колледжи, лицеи общего и технологического образования, профессиональные лицеи.

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПАЛАТЫ – это общественные учреждения административного характера. Первые торгово-промышленные палаты были созданы в 1898. Сейчас во Франции 159 торгово-промышленных палат, помогающих созданию сети школ и центров подготовки, осуществлению новой национальной политики проектирования и развития всех сфер экономики и туризма, и благоприятствующих интернационализации образования. Для организации национальной экономической политики существует Ассамблея Торгово-промышленных Палат.

НКШИР – Национальная Консерватория Школ Искусств и Ремесел имеет целью образование взрослых на протяжении всей жизни.

По мнению В. Коэна-Скали для признания профессий в любой сфере экономики, в том числе и в туризме во Франции, необходимо решить две проблемы: повысить качество первоначального и непрерывного образования; улучшить структуру, содержание и методы подготовки специалистов в сфере туристского образования.

Французский исследователь проблем туристского образования П. Люсьер подчеркивает тот факт, что состояние дел в сфере туристского образования Франции показывает относительную противоречивость этой системы обучения. Сильный рост туристической деятельности вызвал увеличение числа учебных заведений туристского профиля, в то время как большая часть преподавателей остается недостаточно образованными, чтобы отвечать требованиям специфического характера этой сферы. Разноплановость учебных заведений создает трудности в выборе необходимых учебных планов и программ. В учебных заведениях самого низкого уровня (IV -V) студенты получают недостаточные знания для самореализации в своем карьерном росте, так как профессии ценятся невысоко и непрестижны. В учебных заведениях I-III уровня положение немного лучше, но, тем не менее, не соответствует требованиям ВТО.

По последним статистическим данным число студентов с высшим образованием в сфере гостиничного хозяйства составляет 18 %, в остальных секторах туризма в среднем 33 %.

Преимущество туризма в предоставлении образования состоит в том, что существует возможность получить образование, повысить квалификацию или пройти переподготовку на местах. Анализ проблем становления и развития туристского образования во Франции демонстрирует множество нерешенных задач, несмотря на первое место в экономическом развитии страны. В этой сфере дело осложняется тем, что туристское образование конкурирует с классическим образованием в сферах управления, экономики и маркетинга.

Однако, министерства спорта, туризма, сельского хозяйства и транспорта объединяют свои усилия в деле реформирования образования в сфере туризма. Следовательно, необходимо начинать с оценки настоящих потребностей в профессиях в следующих профессиях:

- исполнительского уровня;
- принимающего туризма;
- связанных с функциями стратегического менеджмента.

Необходимо стремиться к лучшей адекватности потребностей рынка туристских профессий, специфичности территорий и туристскому образованию. По мнению Французских исследователей (Ж.-Л.Адюк, Ж. Байар-Пьеро, Е.Ботье, М. Матон) высшее образование должно быть активизировано посредством специальных перестроечных инструментов. В первую очередь, надо провести необходимую реконструкцию системы высшего туристского образования:

- осуществить децентрализацию;
- провести реформу закона о профессиональной подготовке;
- ввести реестр новых профессий;
- согласовать координацию европейских дипломов.

Децентрализация заставляет переосмысливать партнерские отношения между государством и регионами в вопросе о технологическом и профессиональном образовании.

Наряду с необходимостью сохранения компетенции государства в некоторых сферах деятельности, необходимо, в некоторых случаях, расширить компетенцию регионов. Это означает осуществление новых партнерских отношений между государством и регионами.

При анализе реформирования закона о профессиональной подготовке, по словам министра экономики Ф. Мера, речь идет о всех профессиях: «для того, чтобы иметь квалифицированный персонал, необходимо срочно реформировать нашу систему профессиональной подготовки».

Туризм также входит в сферу реформирования этого закона, предполагая такие шаги:

I. Новый закон о профессиональной подготовке позволит всем наемным рабочим сферы туризма получить специальное туристское образование для улучшения качества туристских услуг; повысить компетенции для соответствия ожиданиям более требовательной клиентуры.

II. Появление на мировом рынке труда новых профессий, основанных на мультиактивности и мультикомпетенции, предполагает долгосрочное развитие. Образование должно вовремя отреагировать на их появление.

III. Координация европейских дипломов ведет к необходимости координации всех дипломов о высшем образовании. Это вынужденная мера диктуется требованиями современного европейского развития всех экономических, политических и социальных структур.

Современное туристское образование предполагает формирование сильной личности с глубокими знаниями иностранных языков, высоким уровнем профессиональной компетентности, широким кругозором. Специалисты данной сферы должны хорошо разбираться в технических деталях своей профессии, в международном положении, в стратегиях приема и управления, в экономике туризма (статистика, транспорт, типы приюта).

Все это надо переосмыслить через усиление партнерства между Государственным Советом по Туризму, играющему важную роль в организации туристского образования, осуществляющему технические мероприятия и регулирующему его нормативно-правовую базу и народным образованием в рамках крупных образовательных инициатив для наделения правами учебных заведений для поддержки специализированных школ и национальных дипломов в рамках политики международного признания. Совет должен способствовать созданию национальной карты учреждений, ответственных за первоначальное и непрерывное образование и связи с регионами.

В рамках децентрализации он выполняет такие функции:

- решает вопрос о передаче компетенций регионам;
- играет фундаментальную роль в финансировании образования;
- является связующим звеном между государством и регионами;
- развивает связи между национальной туристической политикой, перспективой и локальными потребностями. Для того, чтобы туризм достиг статуса полноправной дисциплины в системе современного образования в полной мере, необходимо развивать научные исследования, экономическое и стратегическое стимулирование этой сферы, способствовать политике новаторского образования, отличающегося большим разнообразием профессий, квалификационных уровней и дипломов: 4 уровня требований к реорганизации туристского образования:

- структура и содержание профессиональной подготовки в сфере туризма должны дать студентам образование, соответствующее международному уровню;

- эта система должна быть достаточно гибкой, чтобы постоянно меняться и приспосабливаться к новым потребностям туристского рынка;

- должна существовать постоянная возможность повышения квалификации и переподготовки, как на национальном, так и местном уровне;

- необходимо установить прочную связь с сопутствующими секторами.

Анализ различных секторов дает возможность сделать следующие выводы.

Подготовка специалистов в сфере гостиничного хозяйства и туризма в вузах не отвечает современным национальным и международным требованиям и вызывает серьезную критику со стороны предпринимателей. Постоянная эволюция туристической деятельности, ее интернационализация, вносят новые элементы в подготовку специалистов для этой отрасли.

Модернизация экономики в сфере туризма в полной мере должна привести к созданию модели специалиста новой генерации, переориентации базового ноу-хау, развитию компетенции в частных и общественных структурах, доступ к учебным заведениям для всех.

Специалисты туристических фирм не имеют необходимой квалификации для работы на туристском рынке в современных условиях.

Сегодня, специалистам данного сектора туризма ставится в вину недостаточная образованность в новых технологиях, так как более 50 % сделок электронной торговли сегодня касается закупки туристических продуктов. Основные направления предложений по улучшению обучения при подготовке специалистов для сферы туризма:

- осуществлять большую связь со всеми аспектами туристской деятельности;
- идентифицировать более точно профессии в сфере туризма;
- поднять уровень подготовки и улучшить качество образования;
- переосмыслить качественную структуру профессий;
- дать переоценку содержанию образования;
- улучшить баланс между теорией и практикой;
- усовершенствовать профессиональную подготовку преподавателей;
- усилить степень привлечения специалистов к обучению в сфере туризма;
- постоянно решать вопросы о трудоустройстве выпускников вузов;
- связать улучшение качества с повышением компетенции;
- увеличить гибкость структуры учебных заведений непрерывного образования;
- учитывать специфичность каждой туристической зоны.

Наше научное исследование констатирует тот факт, что образование в сфере туризма Франции касается всех слоев населения, всех вкусов, всех направлений и отличается большим разнообразием государственных и частных компаний на всех уровнях в первоначальном и непрерывном образовании. Образовательные цели во всех секторах туризма следующие:

- усилить имидж каждой профессии в сфере туризма;
- способствовать повышению квалификации работников сферы туризма;
- увеличить их эффективность;
- обеспечить более интересные перспективы карьеры;
- улучшить качество туристского предложения;
- уделять больше внимания обучению иностранным языкам.

Ж. Фейт и Д. Граджан анализируют проблемы обучения гостиничному делу, в многочисленных частных и государственных структурах в различных территориальных туристических зонах.

Они готовят специалистов с низкой квалификацией для сфер внутригостиничного бизнеса с изучением различных предметов прикладного характера.

Особое внимание уделяется математике и французскому языку, и выпускники получают «сертификат профессиональной пригодности» (СПП). При наличии этих дипломов возможно получить диплом бакалавра о высшем специализированном образовании.

В системе туристского образования Франции различают два вида дипломов: диплом развития и диплом технологии гостиничного дела.

По мнению Ж. Сальванеса программы и учебные курсы этих двух ступеней бакалаврата предлагают более углубленное образование, стремясь подготовить конкурентоспособных специалистов на рынке труда на основе следующего принципа: теоретическое и практическое обучение со стажировкой на предприятии.

Студентам по данному направлению даются фундаментальные знания, прививается высокая культура труда, даются прочные теоретические знания профессии, необходимо расширить спектр теоретических дисциплин и увеличить продолжительность практики на предприятии.

Теоретическая и практическая подготовка специалистов на получение данного диплома столь высока, что они могут занимать руководящие должности на предприятиях гостиничной отрасли и конкурировать с выпускниками Школ Гостиничного Дела.

Следующая ступень профессиональной подготовки специалистов сферы туризма – это «Школы Гостиничного Дела», где обучение продолжается от 6 месяцев до 3 лет. Выпускники данных учебных заведений могут открыть свои собственные предприятия.

Многие школы очень знамениты не только во Франции, но и во всем мире.

Наряду с общепризнанными учебными учреждениями существует множество частных специализированных школ, обучение в которых длится от 4 месяцев до 2 лет.

Высшую ступень данной иерархии составляют университеты, число которых растет с каждым годом в геометрической прогрессии. Университетские дипломы объединяются вокруг традиционно признанных дисциплин: управление, экономика, право, география.

Однако, реформа образования во Франции, дающая больше самостоятельности в выборе своих направлений в образовании, позволит университетам больше внимания уделять многоплановой сфере туризма.

Исследователи сферы туризма (А. Кабош, А. Моншаблон, С. Перетти, С. Шанва) предлагают создать настоящую «науку о туризме», а не размывать этот предмет между традиционными дисциплинами. Эта многопредметная область должна утвердить свою способность вырабатывать поле чистого изучения и определять операционные понятия.

Высшее туристское образование должно занять достойное место в системе высшего образования Франции, как это было сделано в Великобритании, Германии, Испании и Италии.

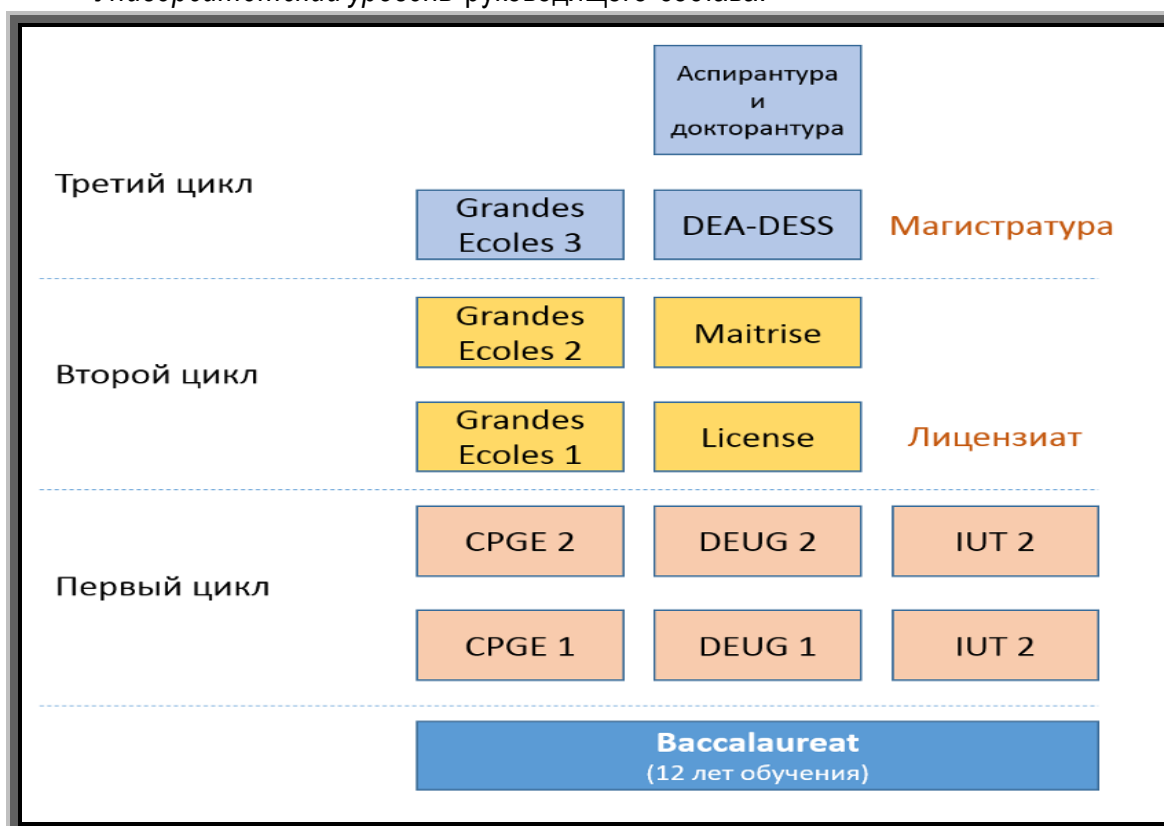
Общее содержание и цели образования включают в себя несколько уровней:

- *Базовый уровень* квалифицированных служащих дается либо в профессиональном, государственном или частном лицее, либо в Центре Подготовки Студентов (Американская Федерация Потребителей). Полученная квалификация переводится дипломами (МТС, СПП) общего и технического образования и стажировками на предприятии.

- *Средний уровень* – это технические специалисты с дипломом (МТС), которых готовят профессиональные лицеи за два года, с периодами стажировок на предприятии.

- *Высший уровень* – инженеры, с высшим свидетельством техника.

- *Университетский уровень* руководящего состава.



Выпускники получают диплом о высшем специальном образовании или диплом магистра.

Рост учебных заведений туристского профиля в системе высшего образования объясняется бурным развитием туризма и его разнообразием.

На базовом уровне больше внимания уделяется практической стороне подготовки. Все учебные заведения в сфере туризма предлагают традиционные виды профессиональной подготовки специалистов – образование:

- первоначальное;
- профессиональная подготовка;
- сочетание различных форм (стационарное, вечернее, заочное, дистанционное, диалоговое);
- непрерывное;
- высшее.

В правительственных документах последних лет предлагается ряд мер по активизации деятельности в сфере туристского образования.

I. В сфере децентрализации.

Децентрализовать профессиональную подготовку, расширяя, в некоторых случаях, компетенцию регионов для того, чтобы:

- выявить специфичность территорий;
- позволить лучшую адекватность образования и потребностям на местном рынке;
- поощрять профессиональную подготовку в национальном и региональном планах, чтобы предусматривать лучше потребности в вопросах квалификации;
- расширять компетенцию регионов в области профессиональной подготовки;
- создавать схемы развития туристского образования в перспективном видении (новые потребности, новые профессии, повышение профессиональной компетентности).

II. В области педагогики:

- реорганизовывать обучение с целью создания полноценного туристского образования;
- повышать квалификационный уровень преподавателей (конкурс преподавателей в вузах туристского профиля);
- развивать обучение иностранным языкам;
- углублять изучение предметов, связанных с экономикой туризма;
- обобщать организацию технологии учебного процесса согласно следующему принципу: общая часть + модули, связанные со специфичностью той или иной сферы деятельности / территории.

III. В области высшего образования:

- создать точный реестр профессий в сфере туризма;
- согласовывать подготовку в вузах с содержанием и методами профессиональной подготовки для получения европейских дипломов трех уровней: три года (лицензия), пять лет (магистр), восемь лет (докторская степень);
- начиная со 2-го года обучения в магистратуре предлагать профессиональную подготовку в сочетании с научной деятельностью;
- способствовать преемственности обучения в лицеях и университетах.

IV. В области новых профессий:

- определить зоны компетенции различных министерств;
- выработать надежную номенклатуру новых профессий;
- осуществлять план обучения новым технологиям.

V. В области стимулирования.

Оценивать профессии туризма через национальную компанию стимулирования.

VI. В области научных исследований и экономического содействия:

- создание Национального института туризма для исследования туристической деятельности с эффективным экономическим и стратегическим стимулированием в экспертных целях;

- благоприятствовать экспорту французского ноу-хау;
- содействовать деятельности университетов в международном сотрудничестве и принимать больше иностранных студентов.

VII. Меры содействия профессиональному образованию за пределами Франции :

- повышать уровень первоначального профессионального образования;
- повышать квалификационный уровень студентов;
- развивать туристское образование с учетом специфичности территорий;
- готовить местные кадры;
- путем повышения квалификации создавать новое туристское предложение с учетом региональных особенностей;
- открывать новые учебные учреждения по обучению иностранным языкам;
- способствовать увеличению обменов, улучшению партнерских отношений.

Несмотря на то, что существует целостная система туристского образования во Франции, начиная с лицеев и заканчивая университетами, однако, нет полной номенклатуры профессий и стандартов в сфере туризма. Не существует также общей схемы соответствия потребностей в специалистах масштабу их использования в профессиональном поле.

Нынешняя стратегия – как общеевропейская, так и национальная – достичь высокого уровня подготовки кадров для сферы туризма. На современном этапе развития Европейского Содружества возник вопрос о разработке единой стратегии в системе профессиональной подготовки специалистов сферы туризма.



3. 3. МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

Главной целью инновационного образования является сохранение и развитие творческого потенциала человека. Однако сегодня недостаточно творчества и проектирования.

Образование должно быть пронизано общечеловеческими ценностями. Для этого, прежде всего, необходимо сделать так, чтобы оно развивало гармоническое мышление, которое базируется на соединении внутренней свободы личности и ее социальной ответственности и толерантности. Именно эти характеристики личности сегодня включены в перечень основных ценностей мировой цивилизации, задекларированных в документах ООН.

В последних программных документах министерства образования и науки Украины особое внимание уделяется структурной перестройке образовательной системы. Программа действий направлена на совершенствование содержания образования, его организационных форм, методов и технологий. Данной программой предусмотрена разработка общенационально-региональных компонентов преемственности государственных образовательных стандартов и примерных образовательных программ различных уровней и направлений.

Прежде всего, необходимо дать современное определение понятия «стандарт»: «стандарт – это документ, устанавливающий определенные нормы реализации образовательного процесса».

Анализ научно-методической литературы свидетельствует, что создание образовательного стандарта – это проявление тенденции проникновения проектной культуры в образование.

В 1946 году была создана международная организация по стандартизации (мос) (iso – international organization for standardization) – для решения задач разработки, координации и унификации международных стандартов, осуществления обмена информацией в этой области.

В начале 80-х годов технические комитеты мос приступили к составлению стандартов, предназначенных для обучения персонала, обслуживающего машины и механизмы. Это явилось точкой отсчета в разработке международного стандарта профессионального образования.

Возрастающий интерес к проблеме образовательных стандартов отражен в докладе ЮНЕСКО «о положении дел в области образования в мире за 1993 год», где выделен раздел «Поиск стандартов». Важным шагом к углублению процесса стандартизации стало принятие ЮНЕСКО международной стандартной классификации образования как инструмента сбора, компиляции и изложения статистических данных об образовании в отдельных странах и в международном масштабе. Интересен опыт стандартизации образования на региональном, субрегиональном и межрегиональном уровнях, осуществляемый различными международными организациями: «Инициатива Центра Педагогических Исследований», «Европейский Центр Развития Профессиональной Подготовки», опирающихся в своей деятельности на Римский Договор 1957 года (ст.128) и решение Совета Еврооюза о соответствии квалификационных удостоверений между странами-членами ЕС.

На конференции Европейской Ассоциации Международного Образования «Новости из сферы признания» в Тампере обсуждались проблемы стандартизации, аккредитации и сертификации европейского образования на современном этапе (Финляндия, 2001). К практике образовательной стандартизации разные страны прибегают разными способами, учитывая огромные различия социокультурных условий, традиций, в которые «погружены» их системы образования.

США, защищая интересы потребителей услуг бурно развивающейся системы образования, нашли выход в создании и внедрении процедуры аттестации и аккредитации учебных заведений.

Согласно этой процедуре, устанавливалось соответствие показателей конкретного учебного заведения образовательным стандартам, включающим в себя:

- описание стандартизированных характеристик;
- цели вуза;
- финансы;
- физические сооружения, материалы, оборудование;
- библиотеки и обучающие ресурсы;
- учебные программы и их эффективность;
- непрерывное образование и специальную учебную деятельность;
- обучающий персонал; администрацию; контингент студентов;
- научно-методическую, научно-исследовательскую работу, аспирантские программы.

Как утверждают американские ученые (Д. Мауч, Л. Пола, У. Тайхер) в системе высшего образования США многие годы действует развитая система тестовых оценок уровня обученности.

Более половины четырехгодичных колледжей и университетов США используют трехчасовой тестовый экзамен *The Scholastic Aptitude Test (SAT)*, впервые введен в 1926 году как обязательная часть приемной процедуры. Количество баллов SAT колеблется от 200 до 800 единиц, и чем выше престижность колледжа или университета, тем большее количество баллов SAT требуется для поступления в такой вуз.

В 1959 году Советом Колледжей были утверждены «Программа тестов американских колледжей»: «*The American Testing Program*» и оценочные экзамены – *ACT Assessment*.

Поступающим в магистратуру предстоит справиться с тестовыми программами «*The Graduate Record Examination (GRE)*», «*The Miller Analogies Test (MAT)*», «*The Advanced Test (AT)*».

Американские исследователи проблем стандартизации профессионального образования Ч. Арджис и Д. Шон в своей работе «Теория на практике» считают, что претендент на должность в фирме подвергается тестированию для оценки подготовленности к конкретной работе.

Очевидно, эти тестовые системы, пусть неявно и неполно, но отражают профессионально сложившиеся и устоявшиеся требования к уровню подготовки выпускника соответствующей образовательной ступени и рассматриваются как инструмент их оценки.

В 1991 году в США создан Национальный Комитет по Образовательным Стандартам и Тестированию. Образовательные стандарты США регулируются следующими нормативными документами: «*Акт об образовании в целях укрепления экономической безопасности*», «*Laws for Education. US Department of Education, Wash., D. C. 1990*», «*Америка в 2000 году: стратегия образования*» (1991), программная концепция приоритетных целей образования Национальной Ассоциации Губернаторов США «*Цели 2000: достижение национальных целей образования*». Стандарт рассматривается как

- совокупность конечных и сопутствующих целей (в области реформы образования);
- предусматривает достижение фиксированных показателей;
- выпускные экзамены проводятся в конце каждого уровня образования;
- осуществляется интерпретация учебного плана как усредненной картины по стране;
- фундаментализация главных академических предметов с установкой на недопустимость их ускоренного изучения;
- устраняются проявления бессистемности, случайного подбора предметов, эклектичности;
- на элективные курсы отводится 25 % -30% объема времени;
- предусматривается обязательность математики и одного из предметов естествознания для будущих гуманитариев, равно как иностранного языка и одного предмета общественных наук для будущего математика / физика;
- изменение подхода к дифференциации, на 1-м и 2-м уровнях по 15 СЕВ – единая учебная академическая подготовка.

Национальный Совет Профессиональных Квалификаций Великобритании (NCVQ) представил новую структуру профессиональных квалификаций Англии, Уэльса и Северной Ирландии, базирующихся на национальных стандартах, определяющих навыки, умения, знания и компетентность работников для работодателя соответственно потребностям современной экономики, политики и общественных отношений. Правительство Британии в своих рекомендациях предоставило Совету Образования преимущество сотрудничества с образовательными учреждениями. Его директивы были направлены на введение единой системы признания профессиональных квалификаций, базирующихся на приоритетах гармонического построения учебных курсов.

Исследуя развитие и становление этой сферы общественной деятельности, О. Анвайлер утверждает, что только в 70-х годах XX столетия в Великобритании начали осуществляться первые преобразования, ныне проявляющиеся социальными изменениями на общем рынке труда. Развитие квалификационных требований четко выделило необходимые звенья между профессиональным образованием и формированием схемы рабочих мест.

В Великобритании образовательные стандарты разрабатываются и функционируют на основе правительственного документа «Национальный учебный план» (*National Curriculum*) – *NC*», созданного на неконкурсной, неконкурентной основе (1987) и вводившегося поэтапно (1991-1995), и «Закона об образовании» (1988). Особенности английских образовательных стандартов: *NC* включает 10 учебных предметов (3 дисциплины – ядро программы) – (*foundation subjects*), и выступает как широкий и сбалансированный единый учебный план.

Стандарт предусматривает:

- наличие продвинутых целей и уровней для поступления в университет;
- распределение времени между предметами, которое осуществляется по усмотрению учебного заведения; определение объема времени, отводимого на государственный учебный план, (обычно он составляет 70-75%);
- обязательное овладение одним из 19-ти иностранных языков, дифференцированным по двум группам: языки стран ЕС; языки иных государств;
- возможность вариативности и дифференциации обучения (разным предметам – разные подходы) путем выделения «основных» (*Core Study Units*) и дополнительных (*Supplementary Units*) разделов.

Стандарт обеспечивает:

- непрерывность и преемственность образования посредством поэтапного построения курсов и регулярного контроля уровней обученности;
- выбор в качестве точного адресата стандарта – учащегося.

Стандарт определяет количество разделов и их содержание для каждого этапа:

- оценочные средства и технологии;
- приоритетность в *NC* учебных дисциплин гуманитарной направленности (6 из 10).

Объектами стандартизации высшего образования **Великобритании**, которое находится в ведении Министерства образования и науки и Министерства занятости, выступают:

- учебные планы (контроль над учебными планами);
- работа образовательного учреждения в рамках государственной программы;
- экзаменационные требования;
- уровни квалификации.

Объектами стандартизации профессионального образования **Германии** выступают:

- структура и основа профессионального образования;
- классификатор профессий;
- продолжительность подготовки;
- требования к знаниям и умениям.

П. Ботт, А. Халл, А. Шаде в своей работе «Квалификационные требования в сфере институтского образования» подчеркивают тот факт, что новая система профессиональных квалификаций Германии была введена с целью повышения стандартов компетентности работников на основе требований промышленных и коммерческих предприятий, работодателей, профсоюзов и официальных учреждений, предоставляющих эти профессиональные квалификации.

К. Бергер в своем исследовании по проблемам стандартизации профессионального образования («Общие квалификационные требования в профессиональном образовании – актуальные результаты эмпирических исследований») считает особенностями национальных стандартов профобразования Германии такие: наличие стандартных комплексов учебно-программной документации по отдельным группам профессий (инструкция о структуре профессий; каталог старых и новых профессий и их описание; учебные планы, механизм проведения экзаменов). Контрольные функции в сфере профессионального образования остаются за торгово-промышленными палатами.

Стандартизация профессионального образования во Франции регулируется «Законом об ученичестве» и «Законом о децентрализации образования».

В качестве объектов стандартизации выступают: учебные программы; сертификаты; квалификации; требования к экзаменам; контрольные задания; (600 типовых работ) и межминистерские наблюдения за профессиональным становлением выпускников.

Особенностями национальных стандартов профобразования Франции являются:

- взаимодействие с промышленными кругами;
- изучение профессиональными комиссиями эволюции профессий и условий труда;
- контрольные функции департаментских комиссий профессиональной подготовки кадров.

Профессиональное образование во **Франции** находится (с различными уровнями компетенции) в ведении Министерства народного образования, Межправительственного Консультативного Комитета, ряда правительственных организаций.

Профессиональное образование в **Японии** регулируется нормативными документами: «Закон о профессиональном образовании» (1969), «Поправка к Закону» (1985), документ Министерства труда «Нормативы образования». В качестве объектов стандартизации профессионального образования в Японии выступают:

- требования приема;
- содержание учебного плана;
- продолжительность обучения; общий объем учебного времени;
- пособия и обучающие средства.

Особенностями национальных стандартов профобразования Японии являются:

- унификация учебных программ вне зависимости от подчиненности учебного заведения;
- расширение профиля подготовки;
- соответствие профессионального образования установленным нормам;
- введение минимальных типовых требований и программ;
- проведение квалификационных экзаменов специальными ассоциациями;
- курирование в пределах своей компетенции профессионального образования со стороны Министерств образования и труда.

По мнению канадского исследователя в сфере стандартизации туристского образования Г. Кибеди, напряженная динамика генезиса образовательного стандарта, как в странах с сильно выраженной централизацией в образовании, так и в государствах с доминированием либерально-рыночных или федеративных форм регулирования образования, свидетельствует о следующем: в западной практике стандарт появляется как способ преодоления чрезмерных (угрожающих) степеней децентрализации, плюрализма и вариативности, равно как и реакция на такие тенденции в образовании, экономике и на рынках труда, как глобализация и интернационализация.

Наиболее ценным для процесса реформирования и стандартизации высшего образования на Украине является возможность рассмотрения проблем стандартизации высшего образования в Российской Федерации – система высшего образования нашей страны во многом унаследовала ее проблемы и проходит те же этапы в своем становлении и развитии.

По мнению российского ученого В. Байденко в России моделированию подвергались почти все элементы системы высшего образования: учебные планы, программы, учебная работа студентов, деятельность преподавателей, личность и психологические качества специалистов, их знания, навыки и умения, трудовая деятельность специалистов вообще.

При этом использовался целый спектр методов, включая логико-гносеологический, экспертный, графологический, эмпирический и методы программно-целевого конструирования.

Начиная с 1982 года, Бюллетень Министерства Высшего и Среднего Специального Образования России публикует квалификационные характеристики разных специальностей.

Это означает переход к массовому, поточному, стандартизированному производству моделей специалистов. В гуманитарной образовательной парадигме меняется понимание стандарта как образца, эталона, модели. Оно соотносимо, скорее, с условиями, которые могут быть созданы образовательной системой для обеспечения нормального развития (обучения, воспитания) человека в соответствии с его природой (наличие спектра образовательных услуг, финансово-экономическая база, соответствующий кадровый состав, психологически комфортный климат, объем содержания). Суть стандартизации в образовании состоит из двух аспектов:

I. **Дидактическая задача**, формулировка которой осуществляется путем раскрытия трех элементов педагогической системы: студенты; сущность обучения (образования); структура содержания обучения (образования);

II. **Цель обучения** (образования).

С этих позиций стандарт понимается не как перечень знаний, навыков и умений, которые обучаемый должен приобрести к определенному моменту времени, а как некий общий ориентир для самооценки возможности войти в ту или иную социально-образовательную нишу.

В. Беспалько считает, что под стандартом образования нужно понимать диагностическое описание обязательных минимальных требований к отдельным сторонам образования или образования в целом, удовлетворяющего следующим условиям:

- применимо к вполне определенному педагогически обоснованному образовательному феномену (качеству личности, содержанию учебного предмета, качеству усвоения);
- легко вычленимо из общей структуры образования и обладающий ценностью;
- выполнено в диагностических показателях качества данного феномена, удовлетворяющего требованию полноты описания целей обучения или образования;
- содержит количественные критерии оценки качества проявления образовательного феномена, сопряженные с адекватной шкалой его оценки;
- ориентировано на объективные (воспроизводимые методом контроля) качества по всем выделенным показателям.

При формировании системы туристского образования в качестве стратегической платформы выступают образовательные и профессиональные стандарты, задающие вектор развития подготовки специалистов, а политика развития туристского образования формируется через учебные планы и программы. В свою очередь образовательный стандарт – это основной инструмент формирования и развития туристского образования, его продуманности, обоснованности и инновационных возможностей зависит, будет ли система туристского образования открытой и нацеленной на развитие или она будет закрытой и консервативной.

Более чем десятилетний период функционирования системы туристского образования показал, что образовательный стандарт первого поколения при всех очевидных недостатках имел весомый инновационный потенциал.

Он позволил через 10 лет существования накопить достаточный позитивный опыт для более глубокой отраслевой специализации, результатом которой явилось создание стандарта второго поколения по специальности «Туризм». Это, безусловно, следует оценить позитивно.

Однако, все стадии обсуждения и согласования данного документа с представителями отрасли показали, что основные положения его не бесспорны и не в полной мере удовлетворяют индустрию туризма и гостиничного хозяйства. Вместе с тем следует отметить, что прийти к согласованности можно будет только тогда, когда будет достигнуто понимание в главном вопросе: каким должен быть специалист в области туризма после завершения той или иной образовательной ступени (бакалавр, специалист, магистр)?

Совершенно очевидно, что за 4-5 лет вузовской подготовки невозможно получить специалиста универсального типа. Человек не машина, он потому никогда и ничем не заменим, что способен развиваться, накапливать опыт и критически переосмысливать его.

Следовательно, эффективная система образования нацелена не на накопление какой-либо суммы знаний, а на создание импульсов дальнейшего развития, так как именно они делают человека обучаемым и желающим обучаться постоянно. В этой связи представляется полезным вспомнить развивающую роль образования и именно на этой его особенности построить стратегию развития системы туристского образования, в основе которой можно выделить два уровня подготовки специалиста в области туризма и гостеприимства:

I уровень – основополагающий, дающий базисное образование в пределах корпуса знаний в области общеобразовательных и специальных дисциплин.

На этом уровне формируется профессиональная основа будущего специалиста, закладываются будущие профессиональные приоритеты, интересы и склонности, которые дают возможность на последующих этапах выбрать определенную специализацию и в ее рамках углублять знания, приобретая узкоспециализированные навыки и умения.

II уровень – специальный, дающий специальную подготовку в рамках будущей профессии, вытекающий из научных интересов, приоритетов и склонностей.

Особенностью этого уровня является то, что он не ограничивается только вузовской подготовкой, а продолжается, как правило, в течение всей профессиональной жизни человека.

Следует отметить, что внедрение многоуровневого подхода инициировало разработку стандарта третьего поколения по направлению «Туризм», который призван заложить методологические основы проектирования основных принципов туристского образования и радикальным образом изменить сам вектор его развития – основополагающим и определяющим содержание стандарта становится компетенция – способность применять знания и умения для успешной профессиональной деятельности.

Основываясь на вышеизложенном: современная система туристского образования должна перейти в новую фазу развития и в рамках специализации охватывать различные сектора индустрии гостеприимства (гостиничный и ресторанный бизнес) и туризма, более глубоко исследуя его отдельные профили. А в частности: управление доходами, тарифной политикой и ценами, формирование имиджа, создание и развитие бренда туристского предприятия, применение креативного подхода в гостиничном и ресторанном бизнесе.

Подобное направление развития системы туристского образования даст возможность подготовить специалистов узкого профиля при сохранении достаточной базисной подготовки, изначально обеспечивающей импульс будущего профессионального развития специалиста и его постоянную готовность к обучению, повышению квалификации и переквалификации, что особенно важно в условиях динамичных перемен на рынках труда, услуг, капитала.

Тенденции интеграционного развития, характерные для XXI столетия, утверждаются во всех сферах деятельности человека и общества. Это процесс сближения наций, народов, путем создания общего экономического, информационного и образовательного пространства.

Путь европейской и мировой интеграции, избранный Украиной, обуславливает необходимость интенсивных изменений в политической, экономической и социальной жизни государства и поэтому в последние годы осуществляются реформационные процессы в сфере образования, направленные на достижение уровня лучших мировых стандартов.

Значительным компонентом процессов обновления образовательных систем, происходящие в последние десятилетия в европейских странах и связанные с признанием приоритетного значения образования, как основы общества знаний является развитие системы профессионального образования. Фундаментальные положения, в прошлом определявшие развитие профессиональное образование, в XXI веке претерпевают существенные изменения.

Основной целью этой системы сегодня становится создание условий для профессиональной самореализации личности, удовлетворения ее потребностей в профессиональных образовательных услугах в течение всей жизни, что способствует обеспечению экономики высококвалифицированными кадрами. Исходя из этого, профессиональное образование рассматривается не только как компонент социальной сферы, а как отрасль, глубоко интегрированная в экономику.

Анализ состояния профессионального образования позволяет констатировать общую тенденцию развития целей и принципов профессионального, в том числе туристского образования: подготовку специалистов, способных мобильно адаптироваться к быстро меняющимся социально-экономическим, общественно-политическим, информационно-технологическим условиям развития общества в целом и туризма в частности.

Современный туризм характеризуется стабильным и непрерывным развитием, поскольку становится решающим фактором социальной и культурной интеграции.

Результаты исследований мирового рынка туризма показывают, что самым активным участником международного туристического обмена является Европейский регион, в состав которого входит и Украина. С глобальным ростом туризма во всём мире, интеграцией Украины в мировое туристское сообщество и модернизацией содержания профессионального туристского образования особую значимость приобретает формирование профессионального уровня специалистов туристского профиля. Поэтому задача совершенствования организации учебного процесса в подготовке специалистов туристической деятельности, формирование их профессиональных и деловых качеств выдвинулась в качестве ведущей задачи, как программы дальнейшего развития туризма, так и становления образовательной системы в стране в новых переходных условиях.

Основным принципом функционирования профессионального образования сферы туризма стало удовлетворение потребностей туристического сектора экономики страны в специалистах различных специальностей и квалификации. Этот принцип определил ориентацию профессионального туристского образования на углубленную специализацию, как в практической, так и в теоретической деятельности. Характер и функции профессионального образования в области туризма объективно детерминируются социально значимыми ценностями и насущными потребностями общества в разносторонних, высококультурных и нестандартно мыслящих специалистах.

Фактически произошло смещение приоритетов от стереотипа профессиональной подготовки к востребованному профессиональному образованию, направленному на реализацию потребности личности, соотношения с её способностями.

Анализ состояния исследуемой проблемы показывает, что потребность формирования качественной национальной технологии профессионального туристского образования обусловлена причинами, приоритетными среди которых являются:

- необходимость совершенствования существующей отечественной системы туристского образования в аспекте адаптации к европейским образовательным стандартам;
- потребность повышения качества отечественного туристского образования, конкурентоспособности выпускников профессиональных учебных заведений Украины на мировом рынке труда;

- активизация процесса интеграции в мировое образовательное пространство с изучением и внедрением в педагогический процесс передового европейского опыта и с учетом национальных особенностей собственной системы образования;

- потребность обновления научно-методического и информационного сопровождения учебного процесса подготовки специалистов сферы туризма на основе внедрения инновационных технологий, в том числе педагогических. От профессионализма обслуживающего персонала и организаторов туристских услуг зависит процветание отрасли в любом регионе и стране.

Задача совершенствования процесса подготовки специалистов туристской отрасли, формирования их профессиональной компетентности выдвигается в качестве ведущего задания как программы дальнейшего развития сферы туризма, так и становления туристской образовательной системы. Важнейшим компонентом системы профессиональной подготовки кадров для индустрии туризма является теоретико-практическое изучение опыта деятельности в этой отрасли развитых европейских стран.

Проблемы содержания туристической деятельности рассматриваются отечественными и зарубежными учеными (Г. Зориной, И. Зориным, Е.Ильиной, В. Квартальновым).

Углубленные исследования сферы туристского образования отечественных ученых (В. Лозовецкой, М. Мальской, М. Рутинского, М. Скрипник, В. Федорченко, Н. Фоменко, Г. Цехмистровой) доказывают, что качественная профессиональная подготовка представителей туристической деятельности необходимы не только узкому кругу отрасли туризма, но и всему обществу в целом. Необходимость разработки модели профессионального образования, отвечающей потребностям времени и обеспечивающей стабильное развитие учебного заведения туристского профиля на рынке образовательных услуг является сегодня социальным заказом общества. Изучение опыта подготовки специалистов в ведущих туристских школах мира, зарубежных программ и основных моделей обучения показывает целесообразность его использования в практике отечественных учебных заведений туристского профиля.

При этом следует отметить, что каждая европейская страна опирается на тот собственный потенциал, который создавался не только десятилетиями, а во многих странах и столетиями.

Старейшими образовательными учреждениями Европы – Корнуоллским колледжем (Англия), Школой Гостиничного Хозяйства (Швейцария), Парижской Школой Гостиничного Хозяйства и Туризма (Франция), Тринити-колледжем (Ирландия) наработан богатейший опыт работы в сфере индустрии гостеприимства.

Подготовка специалистов туристической отрасли в большинстве западноевропейских стран осуществляется по «бинарной» системе высшего образования, когда наряду с университетами функционируют специализированные учреждения.

В противовес «бинарной» системе действует «унитарная» система высшего образования, в состав которой входят только университеты. Остановимся на европейском примере подготовки специалистов сферы туризма «среднего звена»:

Корнуоллский колледж дает будущим специалистам индустрии гостеприимства право выбора практического или профессионально ориентированного курса обучения в рамках программы получения Национального Диплома и Государственной Национальной Профессиональной Квалификации (GNVQ). Данные программы обеспечивают качественную профессиональную подготовку и необходимую квалификацию для дальнейшего поступления в университет.

Профессиональное туристское обучение в **Австрии** предполагает.

- степень профессионального образования – 3-4 года обучения в специальном профессиональном учебном учреждении туристического бизнеса;

- практическую работу в ресторанах и гостиницах

Прошедший стадию обучения и представивший подтверждение о практической деятельности на протяжении 6 лет может подавать прошение о принятии на работу в качестве преподавателя.

Внедрение этого опыта содействует освоению студентами европейских туристских учебных заведений профессионально важных знаний, умений и навыков, формированию у будущих специалистов туризма профессиональной квалификации и компетентности.

Большое значение для развития национальной системы туристского образования имеет изучение и внедрение опыта деятельности международных туристских ассоциаций и организаций: Европейской Ассоциации Профессиональных Школ Гостиничного и Туристского Профиля (АЕНТ) 40 стран Европы, Французской Транснациональной Туристско-гостиничной Корпорации ACCOR, представленной в 140 странах мира и т. д.

Совет ВТО по Образованию акцентирует внимание мировой общественности на том факте, что ключевая роль образования на новом этапе развития туризма лежит в разработке новой парадигмы, основой которой является повышение профессионализма – ведущего фактора в обеспечении качества и конкурентоспособности специалистов на мировом рынке труда. Как отмечается в резолюциях международных конференций, проводимых ВТО, развитию сферы туризма, как и туристско-педагогической парадигмы необходимо предоставить приоритетное государственное значение. Европейский Фонд Образования – инициатор привлечения европейских стран к участию в международном проекте «Реформирование профессионально-технического образования на Украине». Данный проект внедряется в трех секторах экономики: сельском хозяйстве, транспортном секторе и в сфере услуг. В большинстве европейских стран становится тенденцией использование в учебном процессе информационных технологий, как залог конкурентоспособности и мобильности выпускников туристической сферы.

Использование информационных технологий дает возможность существенным образом улучшить эффективность педагогических условий профессионального обучения, содействуя активизации умственной деятельности личности, ее мотивации к обучению.

Образовательный стандарт, отражая цели функционирования и развития образовательной системы – это совокупность социальных (государственных) норм – требований к уровню образованности, подготовленности выпускника, самой образовательной системе.

В государственных образовательных стандартах высшего образования для любой специальности предусматривалось два обязательных цикла:

- цикл естественнонаучных дисциплин;
- цикл гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

В высшем образовании России образовательные стандарты введены в 1993-1995 годах. К 1996 году в области высшего образования утверждены следующие стандарты:

- по направлениям подготовки (бакалаврские программы) – 92 стандарта;
- по специальностям – более 400 стандартов;
- по магистерским программам – более 20 стандартов.

Это создало благоприятные условия не только для сохранения единого образовательного пространства России и эквивалентности дипломов, но и для учета национальных особенностей в образовательных программах. Углубленный анализ отечественного и зарубежного опыта стандартизации в образовании, изучение многочисленных публикаций, участие в научных семинарах, конференциях, общение с ведущими экспертами позволили В. Байденко дать определение государственного образовательного стандарта высшего специального образования.

Это элемент системы государственных образовательных стандартов: «совокупность общественно и / или профессионально признанных норм и требований с уровнем подготовленности выпускника, с данной образовательной системой, отражает цели ее функционирования и развития». Целью разработки стандартов нового поколения будет.

- углубление методологического и методического взаимодействия всех звеньев системы непрерывного образования;
- развитие информационных технологий в сфере высшего образования;

- подготовка научно-методических основ для разработки и внедрения системы управления качеством подготовки выпускников;
- расширение академических свобод в диверсификации содержания и способов реализации образовательных программ;
- обеспечение преемственности содержания циклов дисциплин, входящих в государственные образовательные стандарты высшего образования.

Немецкий педагог О. Шефтер говорит о том, что качество подготовки специалистов – совокупность свойств и характеристик, определяющих готовность специалистов к эффективной профессиональной деятельности, включает в себя способность к быстрой адаптации в условиях научно-технического прогресса, владение профессиональными умениями и навыками, умение использовать полученные знания при решении профессиональных задач.

Разработка и внедрение стандарта высшего образования имеют целью:

- установить базовый уровень, обеспечивающий получение и продолжение профессионального образования, необходимые уровни квалификации, развития личности, ниже которых не может быть аттестация специалиста-профессионала;
- повысить качество профессиональной подготовки путем расширения профессионального профиля, овладения интегрированной группой профессий, универсализации содержания образования, внедрения прогрессивных систем обучения, автоматизированных систем контроля над эффективностью деятельности учебных заведений и органов управления;
- упорядочить права и ответственность всех форм профессиональной подготовки, всех субъектов системы профессионального высшего образования, установить преемственную связь последней в условиях непрерывного образования;
- обеспечить конвертируемость высшего профессионального образования внутри государства и за его пределами для беспрепятственного участия в международном рынке труда.

Различают следующие виды стандарта высшего образования:

- *международный* (в соответствии с международными нормативами);
- *государственный* (федеральный, национальный), установленный правительством страны или уполномоченным им органом;
- *региональный* для отдельных регионов в соответствии с их межотраслевыми и специфическими условиями и устанавливаемый региональными органами власти.

Главная задача государственных образовательных стандартов высшей школы – диагностика качеств педагогических технологий, – стандартизация уровня профессиональных и личностных качеств выпускника учебного учреждения. Все указанные выше проблемы в полной мере относятся к сфере туризма. Стандартами в данной сфере занимается такая дисциплина, как педагогика туристической деятельности, которая, по мнению А. Шелтена, включает:

- исследование предпосылок, процесса и результатов трудовой деятельности в сфере туризма;
- практику обучения – процесс от обучения квалификации до практического умения на рабочем месте;
- методологию освоения профессии;
- концепцию каждой профессиональной специализации.

В сфере туризма распространено получение профессии без специального образования.

Это происходит в трех направлениях:

- профессиональное повышение квалификации;
- переобучение на новую специальность;
- расширение и углубление профессиональных умений и знаний на конкретном рабочем месте. Проблемы профессионально-квалификационных структур и образовательных стандартов в сфере рекреации и туризма обсуждались на 1-ой Всероссийской научно-практической конференции (1997).

С 2002 года введены некоторые специализации в сфере туризма в качестве общепризнанных в вузах государственной и негосударственной формы собственности.

По мнению К. Каргилла, Л. Кларка и А. Морисона, в стандартах и квалификационных характеристиках специалистов в вузах туристского профиля необходимо учитывать специфику данной отрасли, перспективы ее стремительного развития, проблемы становления личности и проектирования образования на современном этапе развития нового гиперинформационного общества, стремительно движущегося вперед под лозунгом «обучение в течение всей жизни».

В. Сведлов, С. Дулер считают, что общество ощущает потребность в гибкой образовательной системе, максимально использующей современные достижения образования, науки и техники, которая должна соответствовать нескольким основополагающим принципам:

- позволять обучающемуся начинать, приостанавливать, возобновлять учебный процесс в любое время и осваивать учебный материал в доступном ему темпе;
- легко трансформироваться под влиянием изменяющихся внешних условий, позволяя заменять образовательные модули, дополнять систему, не уничтожая накопленный ценный опыт удач и ошибок;
- восполнять дефицит политических, экономических, правовых, психологических, экологических знаний и умений у всех вовлеченных в образовательную систему.

В современном образовании появились новые направления: *дистанционное* и *диалоговое*.

Демократическое дистанционное образование позволяет ускорить интеграцию высшей школы в мировую образовательную систему.

Известно, что Информационное Агентство США объявило дистанционное обучение одним из приоритетных направлений российско-американского научно-образовательного сотрудничества.

Еще в 1992 году в документах ЮНЕСКО и ВТО отмечалось, что дистанционное образование широко используется на разных уровнях высшего образования на базе открытых университетов с заочным обучением. В свою очередь учебные заведения с заочным обучением организуют программы и присуждают научные степени, эквивалентные образованию в колледже и в университете.

Это побуждает систему высшего образования использовать современные информационные технологии. Наличие других источников информации сильно меняет интеллектуальную сферу.

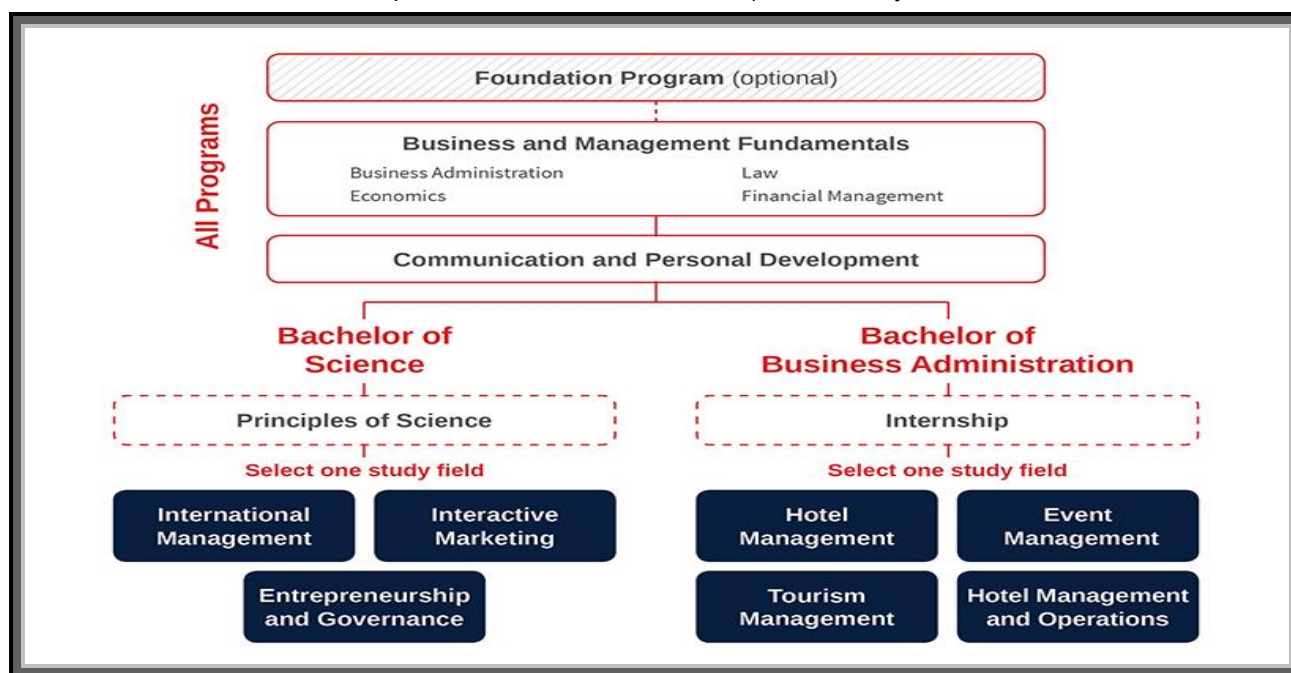


Д. Аллен и Т. Вильсон утверждают, что дистанционное обучение служит целям непрерывного образования в отличие от заочного, изначально выступающее проводником идеи «конечного образования», представляя собой надстройку к существующей системе.

Такое обучение предполагает наличие отправителя и получателя сообщения, которые могут общаться в режиме времени, близком к реальному.

В отношении туристского образования, как утверждают теоретики туризма (М. Корсет, Л. Гудштайн, П. Лавери), идет формирование специфической среды электронной связи, благодаря которому обучение соответствует разноплановой туристической деятельности.

Важную роль в системе определения стандартов также играют различия в условиях аккредитации и сертификации в каждой отдельно взятой стране. В европейской практике основными этапами сертификации являются: бакалавр и магистр. Практически во всех высших учебных заведениях в развитых странах мира в университетах туристского профиля, обязательным компонентом образования является дистанционное обучение.



Основными областями его применения является профессиональное дополнительное образование: повышение квалификации и переподготовка, последипломное среднее и высшее, словом, образование образованных взрослых. Сегодня высшие учебные заведения, которые готовят специалистов для сферы туризма, все больше испытывают потребность в такой модели управления, основу которой составляет прогнозирование.

Речь идет о необходимости предвосхищения требований мира труда, об обеспечении нужной динамики в программах обучения.

Необходимо создать организационные структуры и стратегии, позволяющие своевременно, творчески и эффективно подходить к решению проблем, порождаемых неопределенным будущим.

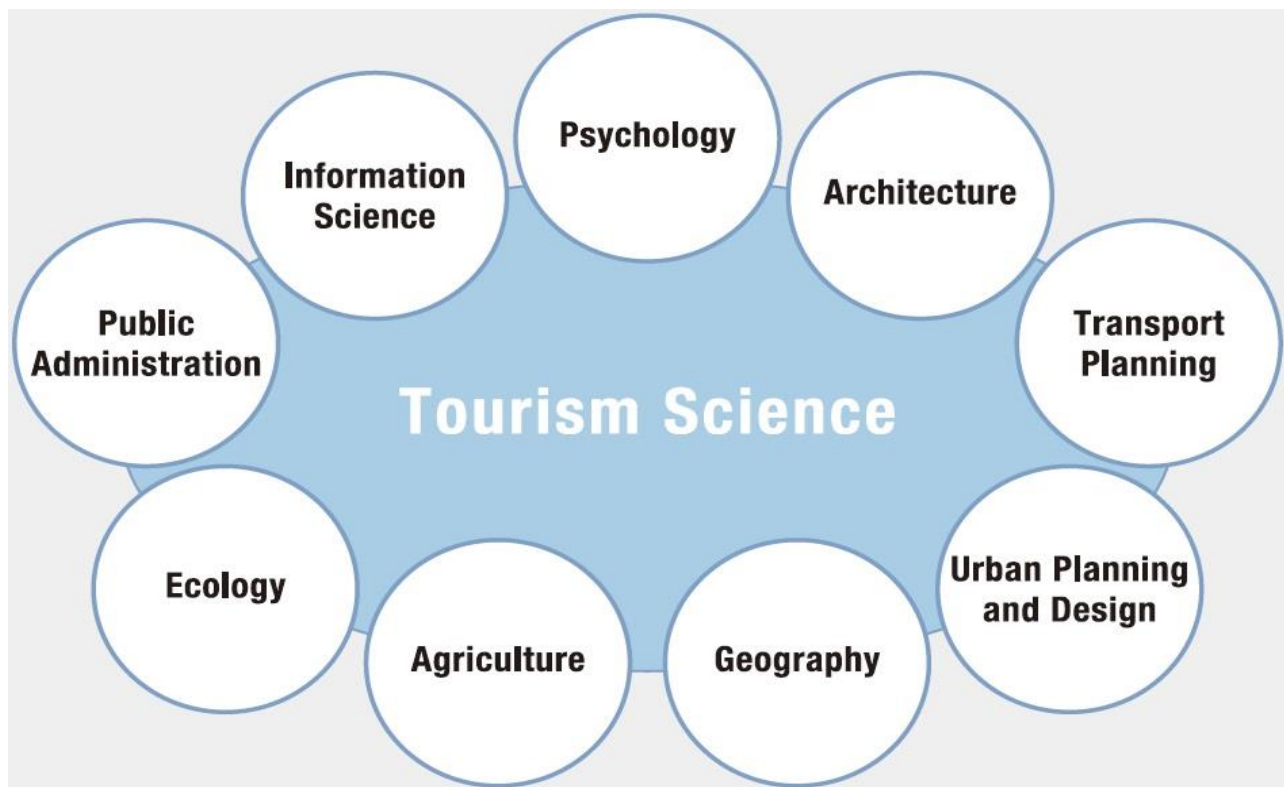
Для того чтобы оказаться на уровне требований, вызванных происходящими в мире переменами, необходимо создание автономных, ответственных и подотчетных структур, действовавших наряду с сильными профессионально подготовленным центральным руководством.

М. Танк рассматривает проблемы аккредитации с точки зрения подготовки специалистов в сфере гостиничного менеджмента. Развитие профессиональных перспектив рассматривается, как с точки зрения предприятия, так и с точки зрения самого работника данного предприятия отрасли. Проблемам сертификации в сфере туризма уделяет особое внимание в своих исследованиях А. Моррисон. Адекватность высшего образования следует оценивать с точки зрения того, насколько деятельность высших учебных заведений отвечает ожиданиям общества.

Для этого необходимы этические нормы, политическая беспристрастность, критический подход. Причем долгосрочная ориентация должна основываться на социальных целях и потребностях, включая уважение культур и охрану окружающей среды.

Высшее образование должно укреплять свои функции, связанные со служением обществу, свою деятельность по борьбе с нищетой, нетерпимостью, насилием, неграмотностью, голодом, ухудшением окружающей среды и болезнями.

Особенности подготовки специалистов туристского профиля определяет гибкое и чуткое реагирование на изменения в структуре образования и общественной жизни в тесном сотрудничестве со всеми секторами профессионального образования.



3. 4. АНАЛИЗ ЦЕЛЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Новейшие исследования в современной экономической науке свидетельствуют о том, что своим успехом туризм обязан широчайшей практике использования всевозможных инноваций в своей сфере. Цифры и факты наглядно показывают, что такое развитие туризма ожидается и в ближайшем будущем.

По мнению теоретиков туризма (А.Булл, А.Буркарт, К. Деаморе, С.Медлек), туристическая отрасль будет развиваться как линейная функция, тем не менее, те отступления от линейного развития? происходящие в этой отрасли, будут стремительно множиться в течение следующих десятилетий. Туристские предприятия, курорты и регионы, общественные и государственные организации, ответственные за развитие этой отрасли экономики должны осознать, что все, что происходит в данной отрасли, сейчас не означает, что так будет и впредь.

Образование и подготовка кадров для сферы туризма должны занять свое достойное место в обычной системе учебных заведений для того, чтобы удовлетворить все возрастающий спрос на растущие потребности в профессиональных кадрах для этой сферы экономики.

Теоретики туризма (Г.Данн, Э. Фаус-Сола, Д. Наш, П. Пирс) в своих научных исследованиях данной проблемы показывают, что никогда, с тех пор, как началось развитие массового туризма вскоре после Второй мировой войны, туристическая индустрия не являлась предметом столь стремительных изменений, как в наши дни. Профессионализм и чрезвычайная сегментация спроса, интенсивное применение новых технологий, мероприятия по защите окружающей среды и, глубоко укоренившиеся социальные, политические и экономические потрясения во всем мире, внесли определенные изменения в Фордовскую парадигму активности в сфере туризма.

Правила игры в массовом туризме теряют свою аргументированность: когда-то протоптанная тропинка в других сферах экономики, в сфере туризма привела в тупик.

Государственное регулирование и управление сферой туризма должно быть полностью пересмотрено. В этом контексте ученые отмечают те рамки, в пределах которых туристической сфере не удалось удовлетворить потребности своего сектора. В то же время совершенно очевидно, что некоторые компании и организации начали создавать свои стратегии для выхода на новую волну конкуренции в самой туристической индустрии.

Однако, это чрезвычайно редко происходит в сфере образования и подготовки кадров для данной сферы. Образование в туризме – это «приграничная крепость». Это определение имеется в виду, когда говорят о том, что учебные учреждения и инициативы по подготовке в них специалистов, предпринимаемые некоторыми компаниями и государственными структурами усилия, действуют скорее все еще интуитивно и инертно, чем под давлением обстоятельств и потребностей данного сектора экономики, как в прошлом, так и в наши дни.

Э. Фаус-Сола отмечает, что методология всеобщего качества, развивающаяся в данном секторе на протяжении десятилетий и уже пустившая глубокие корни в секторе услуг, включая туризм, является экзотическим антикварным явлением в мире туристского образования.

Начало развития индустриальной эры самое подходящее сопоставление состояния дел в сфере обучения, где существует отношение: «Главное – это производить (в данном случае это образование), покупатель (в нашем случае это реципиент и работодатель) все равно купит». Действительные потребности потребителя на данном этапе играют незначительную роль: «Вы можете купить любое транспортное средство, которое предлагает Форд, модель Т и всегда черного цвета».

По мнению В. Грандоуна, будущее сферы туризма в целом будет зависеть в большей степени от человеческого фактора, чем от технологий. В мире, где знания являются, возможно, единственной подлинной ценностью производственного процесса, необходимо определиться не только в вопросах: «сколько», «что», «когда» и «где», но и «как» это необходимо знать.

К. Деаморе в своем научном исследовании делает попытку пролить свет на первые три вопроса (что-где-когда) в сфере туризма, по убеждению которого образование в данной сфере поможет сделать этот сектор экономики более конкурентоспособным.

Для достижения этой цели нужно уделять максимум внимания и уважения истинным потребностям человеческого капитала, как в самой индустрии, так и в государственных структурах, что будет означать предложение качества. Для достижения этой цели, нужно экономично, то есть эффективно, распорядиться своими ресурсами.

ВТО разработала методологию «Качество туристского образования (ТОК) (*Tourism – Education – Quality – TEDQUAL*) для того, чтобы добиться свободной формы стандартизации при оценке результатов в подготовке специалистов сферы туризма во всем мире.

Главная цель этого проекта – определить существующие бреши между потребностями / ожиданиями предпринимателей и профессионалов в туризме и результатами, к которым приводят современные учебные планы, программы и системы обучения в вузах мира. Эти разрывы необходимо перенести на карту туристских профессий, создав некоторую модель, отражающую сложность данного сектора и его потребности в человеческих ресурсах, как в качественном, так и в количественном отношении. Эта карта должна включать следующие измерения:

- величину подсектора, покрывая многообразие всех его составляющих (гостиницы, курорты, питание, транспорт, привлекательность, систему управления, спонсирование);
- количество специалистов для удовлетворения потребностей в профессиональных кадрах (персонал переднего края; инспектора; менеджеры);
- другие измерения, соответствующие географическому и культурному многообразию в туризме. Также должны быть приняты во внимание движущие силы, бушующие в данном секторе экономики, чтобы быть уверенными в том, что эти потребности будут удовлетворены вовремя, составляя схему мероприятий и намечая шаги, которые необходимо предпринять в соответствии с приоритетами и потребностями систематизации.

Наше исследование впервые имеет дело с общими проблемами конкурентоспособности в сфере туризма, а качество подготовки специалистов для этой сферы является важнейшим инструментом достижения этой цели. Другими словами: цель – достичь высокого качества, как в сфере туризма вообще, так и в разработке конкурентоспособной системы подготовки специалистов для этой отрасли. «Обучение конкурентоспособности и конкурентоспособность в обучении».

Именно эти пути описывает программа-план ВТО, которая занимается рассмотрением требований для достижения конкурентоспособности, защиты потребностей и полезности методологии качества туристского образования. Особое внимание при этом уделяется применению Метода Делфи, как способу достижения консенсуса всех явлений, лежащих в основе данной методологии и дающих возможность обсуждения стратегий, которые будут способствовать улучшению дел в этой сфере экономики в меняющихся, но предсказуемых обстоятельствах.

Значительный вклад в анализ состояния дел в сфере подготовки специалистов сферы туризма во всех регионах мира внесло научное исследование, проведенное Университетом им. Д. Вашингтона под эгидой ВТО. Это исследование было проведено на базе сравнения 12 секторов туристской индустрии, 4 профессиональных уровней и 6 регионов мира (совпадают с территориальными демаркационными зонами ВТО). Оно раскрывает преимущества сотрудничества между туристической индустрией в целом, учебными заведениями и туристскими предприятиями.

Постоянно действующая электронная сеть TEDQUAL и GLOBAL TOURISM TRAINING COMMUNITY – ярчайший пример, подтверждающий результаты этого исследования.

На данном этапе будет уместно привести замечательные слова Б.Рассела о том, что «*плохое образование может стать подлинным препятствием способности понимания и обмена информацией*». В такое трудное для сферы туризма время, было бы разумным свести риск до минимума и заложить фундамент высокого качественного туристского образования.

Туризм имеет огромный потенциал роста, более значительный, чем какая-либо другая отрасль экономики. Согласно прогнозам ВТО поток туристов возрастет по всему миру; эта отрасль создаст рабочие места, составляющие 13,5 % от всех рабочих мест в мире, и доходы которой составят 14, 4% всего мирового валового продукта. Эти цифры показывают очевидный рост в туризме и его специфический вес в мировой экономике, когда эта отрасль опережает нефтяную промышленность и ее подотрасли, транспортные средства и их аксессуары.

Потребность в трудовых ресурсах в туристском секторе будет постоянно расти.

Исследования американских ученых (К. Ги и Й. Макбил) подтверждают тот факт, что в определенных регионах мира (Азия / Тихоокеанское побережье), туризм будет развиваться более стремительно. Спрос предпринимателей на специалистов будет расти быстрее, чем количественный и качественный рост трудовых ресурсов, способных работать на них.

Эта потребность будет ощущаться во всем спектре и на всех уровнях профессий этой сферы: необходимо многое сделать для создания новых отношений.

В Азии и на Тихоокеанском побережье в 2018 году 8% рабочих мест будет необходимо для должностей высшего управленческого звена; 86% технических должностей или обслуживающего персонала; 25% будут выполнять наблюдательные функции. Эти оценки схожи с теми, которые сделаны для других регионов мира. В США Институт статистики труда предполагает, что количество занятых в туризме и секторе страхования станет значительно больше к 2020 году.

По последним статистическим данным Ассоциация Индустрии Путешествий (АИП) оценивает положение таким образом, что большая часть из этих новых должностей для служащих будут относиться к высшим руководящим должностям. Однако, значение этой отрасли, как ведущего сектора мировой экономики, ее мощь и способность генерировать занятость, не соответствуют тому признанию, которое она заслуживает, даже со стороны руководителей данной отрасли. Очевидным является и то, что стремительная попытка удовлетворить возрастающий спрос генерирующей моделью развития массового туризма, привела к тому, что большой процент трудовых ресурсов, необходимых для этой отрасли экономики дают другие ее сектора, не имеющие специальной профессиональной подготовки в сфере туризма.

По мнению М. Портера, первоначальная цель туристского бизнеса состояла в том, чтобы:

- сохранить высокие производственные и низкие управленческие затраты;
- снизить текущие расходы;
- поддержать средний экономический уровень;
- развивать управление качественными методами с помощью схем, руководствуясь количественными показателями.

Фактор трудовых ресурсов рассматривался просто, как еще одни затраты, а не как мощный импульс, способный генерировать своей собственной ценностью вклад в туристический опыт. Экспериментальная оценка трудового потенциала, не являлась определяющим звеном, и подготовка специалистов сферы туризма была исключительно профессиональной и соответствовала конкретным должностям. Сегодня возросшие сложности сегмента спроса, глобализация рынка, гибкость применения новых технологий и поиски совместных решений в качестве источника прибыли через призму интеграции, должны направляться на интенсивное развитие парадигм туристского бизнеса.

Все это способствовало появлению такого новообразования, как *Новая Эра Туризма*.

Неоспоримым фактом является то, что будущее туристского бизнеса сегодня зависит от того, достигнет ли он конкурентоспособности, что означает генерировать и удерживать прибыль в своем секторе экономики, даже в изменчивых условиях.

Достижение уровня конкуренции, является единственной возможностью гарантировать то, что прибыль, занятость и окружающая среда будут сохранены и защищены лучше всего в интересах тех, кто занят в секторе туризма. Выполнение этой цели должно обеспечить долгосрочную перспективу процветания индустрии туризма, посредством длительного непрерывного дальнейшего развития, обращая особое внимание на подготовку специалистов, ориентируясь на профессиональные квалификации, обеспечивающие профессионализм оказания услуг.

На основе проведенных исследований теоретики туристической сферы (Р.Оллье, А. Сюбретон, Л. Маутинхо, С. Витт) пришли к выводу об необходимости создания новой схемы, где туристские фирмы конкурируют между собой, и никогда с другими экономическими секторами, где предложено адаптировать потребности потребителя во всем их разнообразии, и поддерживать конкуренцию на должном уровне.

Переменные величины, выполняющие функцию конкурентоспособности в туризме, можно разделить на две основные группы.

- Те, которые непосредственно влияют на восприятие потребителями качества, их удовольствия, ссылаясь на правдивые факты – опыт потребителей непосредственно связан с результатами, обслуживанием или окружающей средой.

- Те, которые дают возможность поддерживать минимальную цену и помогают повысить эффективность, пока максимальное удовлетворение не даст первые результаты.

В этом контексте, план и согласованность систем образования в туризме являются объектом для сильного давления со стороны туристских регионов, с тех пор как человеческий фактор стал одним из ключевых моментов в конкурентоспособности туристского бизнеса.

Все усилия должны быть направлены на осуществление высокой культуры обслуживания – оправдание ожиданий потребителей. Подход к организации образования в туризме, в таком случае, должен основываться на умении конкурировать. Довольно часто образование в туризме является результатом инерции заинтересованных учреждений или ответом на особенные потребности туристского бизнеса или отрасли.

По мнению Д. Чоу, адаптация профессионального мастерства трудовых ресурсов к новым условиям рынка позволит организовать сферу туризма и достичь стандартов качества (соответствующих реальным потребностям в индустрии туризма) и высокой производительности труда (исследованы материально-выгодные в мировом масштабе возможности процессов и методов обучения). Первым шагом в создании схемы конкуренции в туризме, по мнению Д.Паскуалини и Б. Джеквота, является разработка определенной системы.

Следовательно, должна быть введена многообразная система управления качеством всеобщей подготовки, базирующейся на идентификации потребностей всех вовлеченных в эту сложную систему: работодатели, воспитанники и воспитатели (ученики и учителя).

Следующим шагом должен быть анализ того, как, проводимая на данном этапе подготовка, соответствует потребностям и ожиданиям; какие кратковременные бреши существуют и как качественно устранить недостатки в соответствующем порядке их сложности и эффективности вложения денег для улучшения ситуации.

В наше время, когда общественные организации во многих странах участвуют в радикальных мероприятиях по сокращению расходов во всех отраслях экономики, будет мало проку от инвестирования в процесс усовершенствования образовательной системы в туризме, которая не приведет к существенному прогрессу качества стандартов обучения и будет иметь слабое влияние на конкурентоспособность в туристической индустрии.

Как указывает американский исследователь Д. Ритчи, вся сфера туризма испытывает недостаток трудовых ресурсов. В связи с этим, существует риск того, что будут делаться попытки с целью ликвидации пробелов, образовавшихся в системе подготовки специалистов для туризма с помощью специализации направлений (организации специализированных курсов).

Эти курсы не имеют ясных долгосрочных целей и ранее потерпели неудачу из-за недостатка профессионализма трудовых ресурсов. Образование в туризме, как на государственном уровне, так и в частном секторе, должно следовать этим целям через оптимизацию своих возможностей. Однако, недостаточно провести улучшение существующих периферийных систем образования. Необходимо проанализировать действенность методов и используемых процессов и отменить устаревшие, привычные методы обучения, являющиеся просто результатом инерции.

Существует тенденция, связывающая улучшения в туристском образовании и обучении с необходимостью увеличения инвестирования, хотя, фактически, эффективное управление может приводить к реальным улучшениям простыми способами. На основе изученных материалов можно сделать вывод, что, если эти тенденции отвечают преобладающим потребностям, системы образования и подготовки специалистов сферы туризма нуждаются в адаптации к реальным потребителям – настоящего и будущего – туристского сектора, и использовании более эффективных методов организации учебных процессов.

По мнению Д. Хаукинса и Д. Ханта, согласно критериям ВТО, система образования в туризме гарантирует ее конкурентоспособность с помощью соблюдения следующих принципов:

- применять навыки, предлагаемые в течение образовательного процесса к реальным потребностям (внешнего и внутреннего потребителя);
- использовать системы обучения в туризме только вовремя – применение очень рано или очень поздно может привести в равной степени к негативным результатам;
- обеспечить неразглашение индивидуальных и коллективных действий применительно к целям секторов;
- ознакомить тех, кто нуждается в системе образования с результатами, которые реально ожидаемы, без ложных надежд, которые потом будет очень трудно удовлетворить;
- гарантировать максимальную эффективность и оптимальное использование возможностей;
- ввести резюмирующие проверки качества, дающие возможность извлечь пользу из ошибок и поддержать учебные программы на должном уровне.

ВТО определяет свою миссию, как «достижение совершенства в организации образования и подготовки специалистов сферы туризма, в ответ на потребности в профессионалах для данной сферы в будущем». **Основные цели плана ВТО:**

- определение текущих потребностей в специалистах для индустрии туризма со стороны работодателей (центры сотрудничества) в странах-членах ВТО;
- установление стандартов качества в организации образования и подготовке специалистов сферы туризма, приемлемых глобальной шкале в мировых рейтингах в туристских регионах мира (ТОК, GTAT, поощрительные премии за мастерство);
- усиление роли человеческого потенциала для поддержки национальных туристских структур и индустрии туризма, которыми они руководят (системы организации туризма, субсидии, практические советы);
- внедрение новых технологий в организации обучения).
- определение программ подготовки кадров для сферы туризма с учетом установившихся стандартов качества, отвечающих потребностям будущих профессионалов, работодателей в туризме в каждой стране-члене ВТО (туристские организационные системы). Эти цели демонстрируют желание ВТО принимать активное участие в процессе создания конкурентоспособных систем подготовки кадров для сферы туризма совместно с другими участниками:
 - предпринимателями отрасли туризма;
 - организаторами обучения;
 - получающими образование самостоятельно;
 - государственными структурами, отвечающими за туризм, их внутригосударственной и общественной структурой с согласованностью действий.

В этом контексте ВТО должна развивать Методологию ТОК, чьей основной целью является подготовка специалистов сферы туризма с помощью общих качественных подходов, которым будет найдено место в существующих пробелах между необходимостью обучения, настоящего и ожидаемого, оценкой предложений и необходимых первостепенных действий.

По мнению американских ученых М. Райли («Рынок труда и профессиональное образование») и В. Манеш («Планирование и развитие трудовых ресурсов: концентрация усилий на отличном качестве услуг»), среди профессионалов индустрии туризма и государственных структур растет понимание того, что необходимо гарантировать подготовку специалистов сферы туризма для удовлетворения запросов клиентов и чтобы доказать конкурентоспособность туристского бизнеса в регионах.

По мнению теоретиков туристского образования (А. Полок, Д. Ричи), простые заверения в том, что особые усилия, направленные на подготовку специалистов сферы туризма и специфические достижения в непосредственном обучении в туризме не являются, сами по себе, достаточными.

Составление учебных планов и улучшение содержания программ обучения должны быть приспособлены к запросу потребителей – к потребностям предпринимателей, тех, кто получает и обеспечивает обучение. Однако, существуют определенные методологические трудности, связанные с пониманием, какое образование и какая подготовка специалистов действительно необходимы в сфере туризма. Действительно существует целый ряд факторов, которые могут задержать процесс взаимодействия результатов такого образования в сфере туризма, как в настоящее время, так и в будущем.

Основные причины недостатков при создании образовательных систем в туризме:

- туризм – явление со многими специализациями;
- многочисленные движущие силы в сфере туризма;
- недостаток признания образования международными квалификационными комиссиями;
- недостаток консолидирующих рабочих условий;
- различные ожидания при создании образовательных систем в туризме;
- недостаток координации между участниками образовательного процесса.

Рассмотрим каждый из приведенных факторов более основательно.



Туризм – как явление со многими специализациями

Туризм является относительно новой социоэкономической деятельностью, включающей в себя огромное разнообразие экономических факторов, действующих лиц и академических дисциплин. Сложность их сочетания вызывает определенные трудности создания универсально приемлемых определений, которые могут помочь описать целостную концепцию.

Не существует единого определения туризма, их просто множество, каждое из которых несет ответственность за определенные сферы, которые изучаются, и подчеркивает различные аспекты этой деятельности. Экономист сосредотачивает свое внимание на потреблении, психолог – на мотивациях потребителя, а географ – на территориальных особенностях. То же самое можно сказать и о спросе и предложении в туризме.

Фрагментарность, разнообразие, разнородность элементов, составляющих эту сферу, приводят к разнообразию определений, каждое из которых соответствует интересам исследователя.

Они, в свою очередь, дают толчок различным интерпретациям категорий занятости, на которые делят подсекторы и профессиональные уровни. Более того, тенденции сферы туризма сами по себе расслаивают внимание в различных процессах. Внутренняя, или ремесленная стадия, когда туризм отмечен спросом и производством ограниченного, фрагментарного характера, существует ярко выраженная связь между туристической индустрией и транспортом.

Однако, как только массовые явления развиваются, они становятся приближенными к привычкам и деятельности туристов, когда они уезжают из своих обычных мест обитания.

Для решения этой задачи, ВТО провела исследование, чтобы определить приемлемые концептуальные рамки, утверждающие туризм в качестве субъекта традиционных исследований и экономической активности, сравнимой с любой другой отраслью экономики.

ВТО разработала исчерпывающие Стандарты Международной Классификации Туристической Деятельности (СМКТ) и собственное определение статистических целей и планирования.

По мнению Д. Ричи, – «Туризм включает в себя деятельность, осуществляемая людьми, путешествующими и останавливающимися вдали от своих привычных мест обитания в течение последовательного периода времени ради удовольствия, отдыха, с деловыми намерениями и другими целями». Универсальное утверждение, принятое государственными, учреждениями, готовящими кадры для этой сферы, заключается в том, что туристский сектор экономики все еще испытывает недостаток специалистов.

Это препятствует, как его повсеместному методологическому лечению, так идентификации и решению существующих проблем в системе подготовки кадров для этой сферы.

Несмотря на целый ряд различных попыток систематизировать тематические районы, которые следует обслуживать какой-либо системе обучения в сфере туризма (от модели учебного плана арабского исследователя и педагога Д. Джафари до классификации различных дисциплин в туризме), ВТО в течение последних 15 лет все еще не принимает методически организованный кодекс (доктрину), связанный с образованием в туризме.

По мнению Д. Джафари, туризм представляет собой стремительно развивающуюся науку, где сходятся осевые признанных социальных наук – многодисциплинарную область.

Огромный стимул для образования в туризме заключается в создании гибкой и разнообразной образовательной системы. Исследователь призывает рассматривать каждую проблему, как изолированную, в зависимости от академического происхождения исследования.

Однако, педагоги-теоретики вместо этого создают кодекс множества интердисциплинарных знаний, связанных между собой с целью формирования общей перспективы.

В нашем исследовании дается характеристика 10 основным дисциплинам, которые составляют базис учебного процесса в любом профильном высшем учебном учреждении, которое готовит специалистов сферы туризма на современном этапе.

Психология помогает получить понимание мотивации туристов, их предпочтений и поведения, которые необходимо принимать во внимание при получении результатов, создании продукта, маркетинге – при выборе соответствующих стратегий.

Антропология анализирует социоэкономические и культурные условия, которые определяют человеческие потребности к путешествию и влияние этих условий на поведение туристов, населения, принимающего туристов, на результаты социального взаимодействия.

Социология рассматривает туризм, как социальный феномен в настоящем состоянии роста; появление массового туризма; изменение в предпочтениях, направлениях благодаря моде, концентрируя свое внимание на целом ряде переменных величин, таких, как национальность, образование, возраст, пол, являющиеся существенными при сегментации туристского рынка.

Экономика является существенной дисциплиной в туристской индустрии с тех пор, как экономическое влияние туризма на цель путешествия стало значительным, а не просто числом выезжающих туристов и их влиянием на баланс платежей, экономика является.

География предлагает анализ туристической пространственной дисциплины, с учетом регионального, национального и международного вклада в туристический рынок, в размещение туристской деятельности и т.д.

Управление бизнесом – явление, решающее для конкурентоспособности туристской индустрии – осуществление учета, маркетинга принятия решений, продажа умений и навыков.

Право. Расширение процесса глобализации экономики и усложнение отношений требует пристального взгляда в разнообразие законодательства в вопросе его влияния в различных странах и, что больше защиты должно предаваться туристским потребителям.

Экология сосредотачивает свое внимание на способности регенерировать природные ресурсы, их истощение, потенциальное использование для туристических целей.

Технология обучения. Важность этой дисциплины лежит в области ее защиты фундаментальной концепции базового обучения в сфере туризма; приспособление учебных курсов и планов к среде, находящейся в состоянии постоянного движения, прилива-отлива.

Статистика констатирует инструмент для поддержки изучения и исследования в других субъектах туристической деятельности, включая экономику, психологию, социологию.

Для каждого вуза важно определить правильное и наиболее рациональное сочетание этих компонентов в общей структуре обучения, учитывая особенности подготовки специалистов определенной подотрасли сферы туризма. Именно в этом заложен успех обучения и получение положительных результатов в профессиональном аспекте. Количество учебных дисциплин постоянно меняется в сторону увеличения и профессиональной направленности в сторону туризма. Однако, содержание учебных планов значительно шире, как показано на рис. 3.1.

А. Пун и В. Теобальд, анализируя развитие туристской отрасли, констатируют тот факт, что после 40 лет стремительного качественного роста туристическая индустрия подвергается большим структурным изменениям, представляющим собой новую парадигму. Эти изменения включают в себя следующие моменты. **Движущие силы в туризме.**

Суперсегментация спроса: потребители сегодня имеют больше предыдущего опыта и более широкий спектр мотиваций и потребностей, запрашивая более высокие стандарты. Современная рыночная сегментация должна быть более сложной, чем традиционная, с тех пор, как знание целого набора характеристик потребителя и его потребностей стало существенным при проектировании и создании туристского продукта с пропускной консолидацией больших конкурентных преимуществ в нужных нишах, и представлении этих продуктов и услуг на рынке затратноэффективным способом.

Диагональная интеграция: новые технологии позволяют осуществлять поиск прибыльности с помощью создания системы экономики и получения взаимодействия между различными видами деятельности.

Рыночная глобализация: распространение новой информации и соединение технологий вызывает взрыв рыночной конкуренции.

Спрос на большую гибкость: в создании продукта, его распространении, в процессе потребления и новых формах управления.

Пререквизиты окружающей среды и социокультурной стабильности в туристских начинаниях.

Деловая парадигма в сфере туризма, по мнению К. Купера, Д.Вестлейка и Д.Латама, последовательно приобретает характеристики, делающие возможным создание новых образовательных систем по всему миру. Эти системы должны будут разрешить противоречия, возникающие от желания иметь общее или специальное образование и подготовку.

С одной стороны увеличение рыночной сегментации требует от профессионалов большей специализации в бизнесе. В то же время, продуктивная гибкость необходима при рыночных запросах учебных планов, основанных на широких базовых знаниях и продолжении подготовки специалистов в данном секторе экономики.

Однако, большинство существующих образовательных систем сферы туризма характеризуются высокой степенью инерции и стойкости, что соответствует статичным принципам, унаследованным от прошлого. В результате, реакция на вопросы стратегической важности замедляется.

Недостаток признания существующего образования различными международными квалификационными комиссиями

Недостаток признания стандартных процессов аккредитации

Изменения на туристском рынке привели к буму потребностей в профессионалах, чья подготовка действительно соответствовала бы требованиям спроса данного сектора.

Этот феномен способствовал созданию университетов, ассоциаций, союзов, предприятий, международных структур с целью разработки и обеспечения курсов специализации в различных сферах туризма на базовом, среднем и продвинутом уровнях.

Непосредственный результат широкого разнообразия обучения, полученный вследствие этого, представляет собой картину, похожую на разрыв снаряда на осколки и несет рассеивающий эффект. К таким результатам нужно добавить недостаток взаимного признания различных квалификаций и отсутствие общих стандартов в процедуре международной аккредитации.

Эти факторы являются препятствием на пути овладения студентами последовательной профессиональной мобильностью.

Американские теоретики туризма (Р. Спаров и П. Попиларз) утверждают, что приобретение квалификации в туристском администрировании дает очень незначительные шансы в дальнейшем продвижении по трудовой лестнице. Действительно, как указывает исследователь К. Каргил, профессионалы в туристской индустрии считают квалификацию в общем администрировании более весомой, чем специализацию именно в туризме.

Возрастающее число международных программ сопровождается развитием широкого круга квалификаций и стандартов, одновременно с недостатком фундаментальности в проектировании учебных планов. Это явление приводит в равной мере к дезориентации предпринимателей и потенциальных реципиентов образования.

Северная Америка в наше время имеет десятки различных туристских квалификаций, в то время как в 1980 году их было только 8. Под эгидой ВТО были разработаны определенные ограничительные рамки общих характеристик и аккредитационных стандартов.

В современных исследованиях анализируется возможность стандартного экзамена по всему миру (квалификационный туристский тест по способностям – КТТС), цель которого сертифицировать способность студентов к деятельности в сфере туризма для совершенствования своих знаний и умений, чтобы занять новое положение в туристических фирмах и организациях.

Недостаток консолидирующих рабочих условий

Существует целый ряд аспектов в сфере занятости туризма, характеризующие рабочие условия в данном секторе на протяжении десятилетий, и вносящие определенный вклад в процесс дискредитации туризма относительно карьеры, увлекая студентов с потенциально хорошими способностями в другие секторы экономики. ВТО выделила следующие важные аспекты, которые негативно влияют на мотивацию обучения именно в сфере туризма:

Высокий процент работников:

- с частичной занятостью;
- работников других сфер без специальной подготовки в сфере туризма;
- большое число женщин, но их малый процент на руководящих должностях.

Многочисленность:

- иностранных работников по временным контрактам;
- молодежи с низкой квалификацией;
- работников «черного рынка».

Низкий уровень оплаты труда по сравнению с другими секторами экономики.

Большая продолжительность рабочей недели.

Однако, рабочие условия в этом секторе экономики неодинаковые во все мире.

Различные ожидания при создании образовательных систем в туризме

Американский исследователь С. Смит утверждает, что для создания системы образования в туризме необходимо учитывать природу данного сектора и многообразие вовлеченных в этот сектор действующих лиц. Мы столкнемся не с одной, а с целой серией проблем при оптимизации результатов обучения, каждая из которых зависит от интересов, поставленных на карту. Вот описания этих ожиданий:

Ожидание результатов обучения реципиентами / будущими работниками данной сферы. Существуют немедленные потребители результатов полученного образования. Они несут прямые и косвенные затраты на обучение и активно вовлечены в образовательный процесс. Хотя уровень умений будет варьироваться так же как и их ожидания и запросы студенты хотят реализовать свое стремление к долгосрочной карьере.

Ожидание предпринимателей (в частных и государственных структурах) существуют прямые потребители умений, которые требуются от студентов и от тех, кто имеет реальное представление о современном спросе в туризме. Таким образом, по сути, им следует дать шанс выразить их действительные нужды, помочь достичь истинных целей.

В условиях шкалы времени, которая изучается, эти групповые ожидания имеют тенденцию отличаться в зависимости от групп студентов. Если цель студентов – долгосрочная карьера, то предприниматели, в общем, ищут краткосрочные ответы, которые соответствуют потребностям их персонала в специальной сфере (районе) в данный момент.

Ожидание профессионалов системы образования. Их роль в обеспечении качества образования является решающей. Однако, преподаватели имеют свои ожидания относительно системы образования: подходящие источники; инструменты для работы; право на свободное применение методов обучения; эволюционные механизмы, и все это имеет свои различия.

Американские ученые (М. Хайвуд, К. Маки) утверждают, что «в то время, как предприниматели подчеркивают практические навыки студентов в ожидании их общности и преемственности, педагоги и организаторы образования стремятся создать материалы с туристической ориентацией, теоретические по природе. Студенты ищут качественного образования, соответствующего их долгосрочной карьере, и отдают предпочтение умениям, инвестированным в этот процесс, хотя это может не совпадать с ожиданиями педагогов». Важно признавать ожидания и потребности всех сторон-участников системы образования в туризме. Иначе, существует риск создавать слишком узкие образовательные компоненты с незначительным их применением.

«Цель – обеспечение крепкой связи между всеми вовлеченными в процесс образования для того, чтобы найти ответы на комплекс потребностей всех – а это задача не из легких».

Изучая схему, предложенную двумя американскими учеными, можно наглядно представить различия, отличающие восприятие всех вовлеченных в учебный процесс сторон от развития образования и его результатов.

Многие вузы Украины успешно решают данные задачи, создавая современные подходы к обучению с учетом опыта европейских стран.

Показателен опыт стран Тихоокеанского побережья, сделавших резкий скачок в освоении сферы туризма в экономическом, культурном и политическом плане и создающие важные предпосылки для освоения этого региона в плане образования, создавая научные школы нового типа.

Недостаток координации между участниками образовательного процесса

Стремительный качественный скачок в туристском спросе во многих странах способствовал спонтанному, не координированному развитию различных туристских инициатив, включая и те, которые относятся к обучению. Действительно, этапы этого скачка способствовали тому, что множество должностей в туризме занимают сезонные работники из других секторов экономики.

Этот феномен усилил традиционное нежелание многих предпринимателей сферы туризма оказывать содействие туристским квалификациям, признавая в большей степени опыт, чем обучение. Это, в свою очередь, отрезало туристские фирмы от обучения своих работников и отделило от инициатив, исходящих от образовательных систем. Относительно молодой сектор экономики в качестве социоэкономической деятельности, где многочисленные менеджеры не имеют специального образования в сфере туризма, ограничил возможности для продолжения обучения работников и уменьшил роль союзов, которые в других секторах внесли положительный вклад в процесс определения потребностей в обучении.

Это ускорило вовлечение государственных структур в процесс обучения работников.

По мнению Ф. Бергера, в настоящее время возрастает осознание того факта, что обучение – это ключевой фактор в борьбе за конкурентоспособность и ответственность за попытку добавить недостаток взаимосвязанных дисциплин в образовании в туризме.

Существуют единичные, бессистемные схемы, чья цель не является частью широкого взаимодействия для интеграции стремлений и начинаний, предпринятых всеми вовлеченными в данный процесс сторонами. Такая координация является первостепенной в международной мобильности трудовых ресурсов перед лицом всевозрастающей глобализации туристского рынка и стандартизации процессов, технологий и бизнеса.

Как показывают исследования Д. Ритчи и Н. Бенета, конкурентоспособность туристической индустрии влечет за собой развитие каналов для диалога и кооперации между национальными структурами, туристскими секторами и учебными заведениями, готовящими специалистов сферы туризма. По их мнению, это трудная задача: вертикальная интеграция – правительство – индустрия – образование. Проблему нельзя решить без предварительной горизонтальной интеграции между различными государственными уровнями. Все эти факторы представляют препятствие на пути знакомства с требованиями системы обучения в туристском секторе, и превращения таких знаний в эффективные программы и методы обучения.

Несмотря на трудности, была предпринята серия различных попыток для определения потребностей в сфере туристского образования.

Первая попытка была предпринята в конце 80-х годов Европейским Центром Развития Профессионального Образования с целью определения знаний, умений и объема образования для некоторых должностей в туристском секторе. С этой целью был апробирован первый шаг научно обоснованной стандартизации Европейской Туристской Квалификации.

Вторая попытка была осуществлена Советом Общественных Учебных Учреждений в Гостиничном и Ресторанном Бизнесе в США для развития и добровольного внедрения национальных стандартов умений и способностей, необходимых для работы в туристической индустрии.

Третью попытку предпринял Всемирный Совет по Туризму и Путешествиям и Ассоциация Туристских Организаций Тихоокеанского побережья в 1994 году по разработке критериев оценки человеческого фактора в туризме в Тихоокеанском регионе.

Все эти факты исследования оказались очень ценными для эффективного определения производительных функций в туризме. Однако, есть одна общая черта во всех этих исследованиях относительно необходимых условий обучения – недостаток теоретической основы, которая могла бы обеспечить прочную методологию, помочь выявить образовательные пробелы, в том случае, если все исследования были эмпирически ориентированы.

Более того, они стремились угодать изолированным секторам туристической индустрии и не учитывали действующих лиц, вовлеченных в туристское образование в целом, и не рассматривали проблемы, которые могут возникнуть на различных профессиональных уровнях, в разных географических районах или в различные временные периоды.

Методология «Туризм – образование – качество» (ТОК), которую защищает ВТО, представляет в высшей степени реальный инструмент для получения туристскими направлениями, странами, регионами информации, необходимой, как для насущных нужд, так и для будущих устремлений в образовании в туризме.

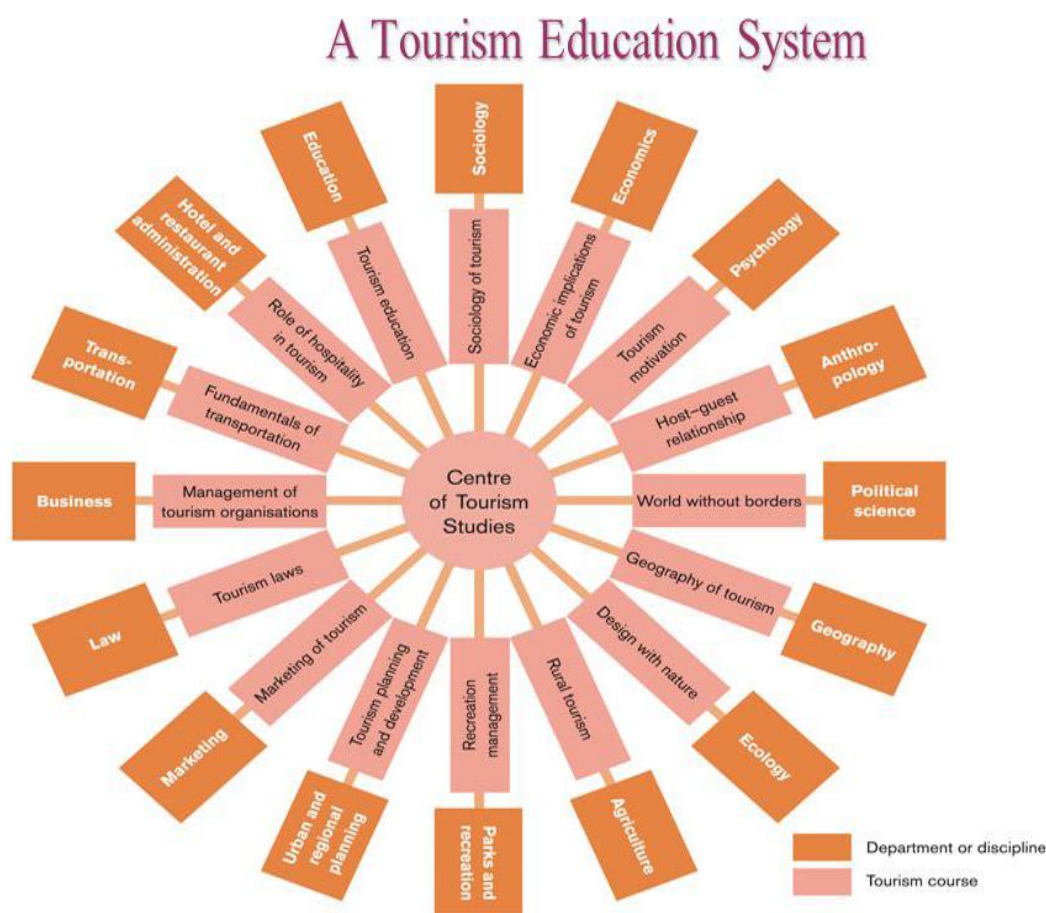


Рис. 3.1. Мультидисциплинарная модель в сфере образования в туризме



3. 5. МЕТОДОЛОГИЯ «ТУРИЗМ – ОБРАЗОВАНИЕ – КАЧЕСТВО»

Методология «ТОК» важна для определения существенных брешей между результатами обучения. Определение недостатков в подготовке специалистов помогает выявить приоритеты, требующие к себе самого пристального внимания.

Американские исследователи туризма (К. Купер, П. Шелдон и Р.Шеперд) подтверждают тот факт, что Методология «ТОК» открывает преимущества над традиционной техникой научных исследований для определения потребностей в обучении, если она имеет дело со сравнительно сложным анализом туристической индустрии.

Она позволяет не только выявить общие качественные пробелы, но и локализовать и специфицировать эти недостатки на трехмерной карте, которая рассматривает разнообразные секторы индустрии, ее различные профессиональные уровни и географические районы.

Сталкиваясь с индустрией в состоянии постоянного движения, эта методология дает возможность: исследовать будущие тенденции и установить долгосрочные цели образования и обучения в туризме; избежать риска; создать учебные программы и планы вместо тех, которые уже заведомо устарели. Для анализа потребностей в подготовке специалистов в туристских направлениях, странах и регионах используется Методология «Туризм – образование – качество». Цель методологии «ТОК» состоит в:

- улучшении процесса обучения работников в туристском секторе и специалистов на местах, в странах и регионах по всему миру;
- определении границ спроса и предложения в процессе туристского обучения (от работодателей, будущих специалистов и преподавателей);
- эффективной последующей отдачи от этого действия.

Это, в конечном итоге, приведёт к улучшению уровня навыков рабочих и специалистов и сделает бизнес туризма более конкурентоспособным. Получатели благоприятных результатов будут задействованы в процессе развития спроса и потребления системы туристского образования и в предотвращении неквалифицированной деятельности.

Американский исследователь П. Лавери утверждает, что в случае недостаточной квалификации, работодатели набирают штат, беря за главный критерий опыт работы.

Студенты, только что окончившие туристские курсы также имеют небольшой шанс получить работу. Те студенты, которые потенциально выберут другие специальности, исключаются из работы в туристической сфере. Сектор теряет квалифицированные трудовые ресурсы, не отвечающие требованиям рынка. Это имеет негативное воздействие, как на работодателя, так и на рабочего, вносит дисбаланс в рабочий процесс и повышает текучесть кадров.

Использование Методологии «ТОК» приведёт к улучшению качества и профессионализма обслуживания благодаря работодателям и конкурентоспособности их бизнеса, позволит преподавательскому корпусу сосредоточиться на обучении будущих работников более эффективно.

Плохо подготовленные трудовые ресурсы не могут выжить, когда ожидания туристов становятся все изощреннее.

Такое положение дел непосредственно влияет на сохранение туристского рынка и, следовательно, на его конкурентоспособность. В конечном итоге недостаточная квалификация приводит к убыткам, затратам и пустым усилиям, которые никогда не будут возвращены. Методология «ТОК» позволит работникам улучшить свои знания и профессиональные умения в сфере туризма, и предоставит больше возможностей на рынке труда.

По мнению Г. Ричардса, использование методологии исследования основных потребностей, возможностей ее распространения и применения через определенную структурность может внести существенный вклад в качество и эффективность образования и подготовки специалистов в сфере туризма. Это было бы разумным для максимизации потенциала Методологии «ТОК».

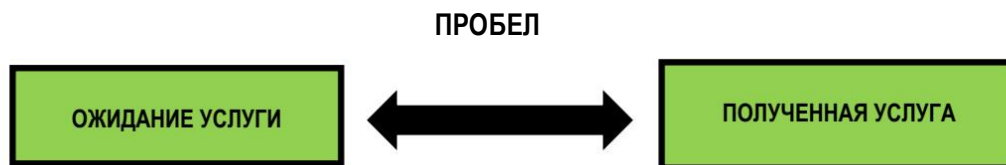


Рис. 3.2. Различие в качестве образования.

По мнению исследователей проблем подготовки кадров в туризме (К.Гронрос, С. Шульман, Д. Гринберг), излагаемая в данном разделе модель предназначена для планирования и управления обучением, навыками и умениями, необходимыми в туризме на основе Методологии «ТОК». Обучение и подготовка кадров должны соответствовать условиям *sine qua non* (непременное условие) для повышения конкурентоспособности бизнеса.

Даже самые лучшие стратегии будут неэффективными до тех пор, пока не будет соответствующего персонала, как в отношении количества, так и качества. Поэтому, быть конкурентоспособным – значит иметь развитые структуры предпринимательства, обеспечивающие прибыльность и поддержку туризму, структура обучения будет конкурентоспособной и адаптированной к существующим потребностям туристского рынка. Анализ знаний и умений в туристской деятельности является первым шагом для изменений любой системы образования, нацеленной на достижение высокого качества и успеха, одно из условий достижения конкурентоспособности.

Высокое качество системы образования, в большинстве случаев, зависит от возможности удовлетворения своих ожиданий, как указано в модели американских ученых М. Хайвуда и К. Маки. Пользователями тут могут выступать, как предприниматели, преподаватели, так и студенты (будущие профессионалы). Качество означает сочетание ожиданий пользователей и реальных впечатлений.

Д. Ровельштад и А. Морей подчеркивают в своих исследованиях, что при качественном образовании ожидания и реальные впечатления совпадают, при некачественном возникает непонимание, степень которого является индикатором существующих недостатков качества образования.

По существу, надо стремиться к полному удовлетворению ожиданий, посредством минимизации расхождений между ожиданиями и реальными впечатлениями. Слово «общий» означает понимание качества, являющегося глобальным. Методологическая модель не принимает мер ни к покупателям, ни к поставщикам. В данном процессе концентрируется внимание на конечном продукте и внутреннем покупателе, то есть человеку, осуществляющем доставку товара и другие работы до передачи продукта конечному потребителю.

Большинство тех, кто имеет дело с данной моделью, являются потребителями и поставщиками одновременно. Американский специалист по проблемам туризма Д. Риччи утверждает, что преподаватели являются источником знаний для студентов, в тот же момент для работодателей они являются источниками необходимых навыков и умений.

Созданная цепочка качества устанавливает права конечного потребителя и может быть разорвана в любом звене, если становится невозможным удовлетворить ожидания потребителя, но этот разрыв, по мнению Р. Карнейро, обычно определяется в «момент истины» или на границе раздела между организацией / процессом и конечным потребителем.

Методология новой системы определения качества исходит из понимания самого понятия качества: преподаватели и студенты считают, что серьезным недостатком в образовании является неполное удовлетворение конечного потребителя, то есть работодателей.

Качественной системой образования будет та, при которой навыки и знания будут полностью удовлетворять работодателей. В ином случае возникнут проблемы с образованием или ошибки в нём. Главной идеей, на которой основано понятие «общее качество» является то, что всех разногласий можно избежать ещё до момента их возникновения, путём разработки системы, которая сможет заранее предусмотреть ошибки. Она называется «право первого шага». Для достижения этой цели, необходимо сначала знать запросы и требования потребителей, а также факторы, которые влияют на получение впечатлений. Основываясь на подходе «общего качества», Методология ТОК ставит целью определение необходимых в туризме навыков, предполагающих такие расчеты, показанные в формуле 3.1

Формула 3.1

Расчет потребностей в качественном образовании

$PQ = F1 (HRD) = F2 (E1+E2)$, где

PQ – количество туристических товаров и услуг,

F1 – функциональное качество,

HRD – уровень развития человеческих ресурсов,

F2 – тренировочные функции,

E1 – наниматели, E2 – служащие.

Американские исследователи (С. Витт и А. Мулеманн) считают, что недостаток качества должен восполняться специальным обучением, которое повысит производительность, и потом может быть включено непосредственно в учебный план. При быстро меняющихся условиях (экономических, социальных, технологических) на рынках труда будут пользоваться наибольшим спросом кандидаты, имеющие не только багаж знаний, но и обладающие соответствующими деловыми качествами. Для развития своих базовых возможностей, кандидаты на работу обращаются к профессионалам, разрабатывающим определённые методы работы. Обучение должно расширять интеллектуальные способности.

Значительно эффективней было бы объединить эти типы обучения для получения будущими специалистами навыков, делающих их способными: «знать, как общаться, учиться, рассуждать, решать проблемы, сотрудничать, искать, находить», чем делить существующие недостатки, возникшие при обучении или в самом человеке.

Лучшим методом сотрудничества между учебными центрами и туристскими организациями является развитие профессионализма, который определяется как подготовкой специалистов, так и формированием трудоспособности и правильного способа достижения мастерства.

В этой концепции профессионализм основывается на том, что возможности принятия разумных решений, знаний и «знаний как делать» (умений) не будет достаточным, необходимо знать «как быть» и «как себя вести».

А. Поллок и Д. Риччи («В погоне за профессионализмом: стратегии интеграции в сфере туристского образования и профессиональной подготовки») считают, что существует 3 аспекта подготовки специалистов, важных для любой системы туристского образования:

Фундаментальное обучение (знания), отвечающее за получение знаний согласно учебному плану по специальности.

Техническое обучение (знания как делать), оттачивающее мастерство и разрабатывающее навыки, необходимые данной специализации.

Личные способности (знать, как быть и как вести себя), отображающие личные качества. Это помогает повысить эффективность межличностных отношений и выработать стиль поведения. Нельзя ограничивать действия, направленные, как на искоренение недостатков в образовании, так и на определение общих качественных недостатков в целом по туристской отрасли. Для достижения эффективного соотношения между спросом и предложением в образовании, надо сделать анализ туристической индустрии, несмотря на всю её сложность.

Методология «ТОК» определяет недостатки качества, находя их на трёхмерной карте, показанной на рис. 3.3 включает: *сектор туристической индустрии (x)*; *профессиональные уровни (y)*; *географические зоны (z)*.

ТРЕХМЕРНАЯ КАРТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОФЕССИЙ

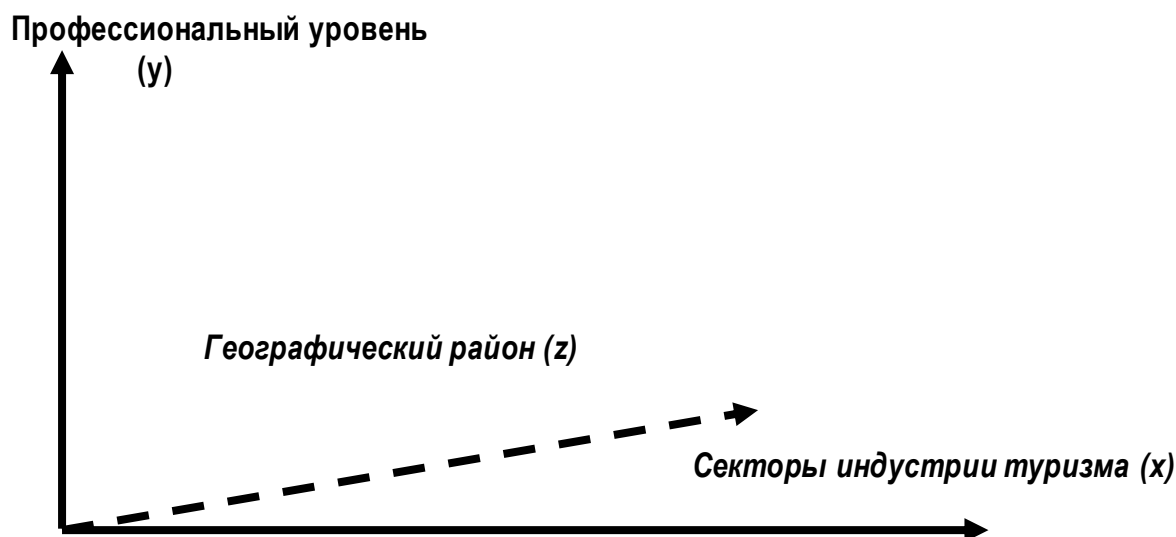


Рис. 3.3. Географическая карта профессий в туризме.

Нет никаких сомнений в том, что для работы в гостиничной и пищевой индустрии, авиатранспорте необходимы разные навыки и образование. Совершенно очевидно, что образование, необходимое для работы, зависит не только от должности, но и от профиля предприятия. Умения и навыки, которыми обладает сотрудник главного офиса не такие, как у инспекторов (служащих, ответственных за группу работников), менеджеров среднего звена и высшего уровня. Необходимые в туризме навыки будут зависеть и от культуры и от насыщенности различными учебными учреждениями в разных туристических регионах.

Данная схема позволяет наглядно представить насущные потребности всех задействованных в образовательном процессе данной отрасли экономики, что демонстрирует рис. 3.4.

Учет всех вышеперечисленных компонентов позволяет построить более совершенную модель учебных планов и программ, а также создать учебные пособия для усовершенствования подготовки специалистов сферы туризма в профессиональном контексте.



Рис. 3.4. Континуум потребителей профессиональной подготовки в туризме.

Поскольку состав и потребности туристской индустрии находятся в постоянном изменении, критерии обучения также не будут статичными. Именно поэтому важно исследовать прогнозируемые тенденции в туристской индустрии, чтобы выявить не только настоящие, но и будущие требования к обучению. Не следует забывать, что создание конкурентоспособной системы образования требует нахождения долгосрочных ответов на поставленные вопросы.

Технология Делфи удовлетворяет требования Методологии «ТОК», поскольку она основана на предположении, что ее возможности могут быть определяемы профессионалами.

Американские исследователи (Г. Меллер и Э. Шафер) анализируют историю возникновения и использования Метода Делфи, разработки которого начались в 1960-х годах в военном комплексе США для определения потенциальных целей атак со стороны СССР.

Метод, получивший название древнегреческого города, прославившегося своими предсказателями будущего, разработан в начале 1950-х годов в известном «мозговом центре» США – корпорации «Рэнд». Авторами его являются американские ученые О. Хелмер и Т. Гордон.

Как и многие разработки в области политического анализа и прогнозирования, применение метода Дельфи изначально было ограничено проблематикой военно-промышленного и военно-дипломатического характера. Возникновение Дельфи связано с объективно назревшей потребностью усовершенствовать методики группового принятия решений. До появления Дельфи наиболее распространенным способом согласования различных позиций и выработки общего мнения было традиционное совещание (очная дискуссия). Однако, такой метод обладает рядом очень серьезных недостатков, большинство из которых связано с негативными психологическими эффектами межличностного общения, к которым можно отнести:

- **Групповое давление.** Этот феномен изучен в социальной психологии и заключается в том, что большинство в группе стремится навязать свою позицию меньшинству. Меньшинство же, как правило, склонно проявлять конформизм – принимать групповое мнение, а не отстаивать свою точку зрения (даже если у представителей меньшинства сохраняется субъективная уверенность в ее правильности). Результатом дискуссии может стать победа мнения большинства только потому, что это мнение большинства.

- **Личностные различия** членов группы, определяющие способность активно отстаивать свою точку зрения и навязывать ее другим. В очной дискуссии «конкурентное преимущество» находится на стороне более активных, напористых, лучше владеющих словом и даром убеждения участников. При этом совсем не обязательно наличие у человека этих качеств свидетельствует о его более глубоком понимании обсуждаемой проблемы. Может возобладать мнение не самых компетентных, а самых «убедительных» экспертов.

- **Различный формальный или неформальный статус участников обсуждения.**

Практически в любой группе можно выделить более авторитетных и «заслуженных» экспертов, к чьему мнению будут прислушиваться в большей степени. Мнение академика будет «весить» больше, чем мнение аспиранта, при этом аспирант может углубленно изучать именно поставленную проблему, а академик – иметь лишь поверхностное представление о ней.

В группах, где имеется определенная иерархия (на совещаниях в военных ведомствах, структурах государственной службы), весомость точки зрения начальников будет выше, чем точки зрения подчиненных.

- **Психологическая сложность** для многих участников экспертизы изменить уже высказанную точку зрения, даже если они осознали ее недостатки. Для многих людей, особенно «заслуженных» и «авторитетных» бывает трудно взять свои слова обратно, признать ошибку, особенно если признание ошибки «работает» на укрепление позиции давнего оппонента.

Поэтому высоки риски того, что эксперт будет отстаивать свою точку зрения, даже убедившись в ее несостоятельности.

- **Неконкретность, расплывчатость итоговых оценок, выводов и заключений,** присущие многим традиционным совещаниям.

Применение этого метода впоследствии распространилось и на другие сферы, включая медицину и общественные науки. Впервые этот метод был использован учеными в сфере туризма в 1970-е годы для определения перспектив занятости в свободное время.

В дальнейшем этот метод использовался американскими исследователями (С. Миллс и Х. Рикл) для предсказания технологических инноваций и спроса в будущем на трудовые ресурсы на уровне высшего звена управленческого аппарата в секторе питания.

Другие исследователи (К. Деаморе, Э. Каунак, Д. Ли и Д. Макаулей) расширили суть применения этого метода для определения тенденций и изменений в сфере путешествий в направлении Гавай, Канады, Новой Шотландии (провинции Канады) в глобальном масштабе.

На более глобальном уровне этот метод использовался учеными (С.Витт, А. Мулеманн, Д. Хаукинс, Д. Хант, Л. Маутинхо) для рассмотрения социальных, экономических, технологических и политических факторов в разнообразии географических районов, которые весьма вероятно могут влиять на развитие международного туризма. Технология Делфи применялась (К. Ким и М. Олсен) для определения политических факторов, с которыми скоро столкнется многонациональная гостиничная цепь в индустриальном районе стран Азии.

Современное применение этого метода (Х. Грин, К. Хантер, Б. Моор), ориентированное на туризм, касалось анализа влияния факторов при прогнозировании.

По мнению Г. Меллера и Е. Шафера, Метод Делфи обладает высочайшим уровнем качества, комбинируя знания и мнения группы экспертов, вычисляя вероятность того или иного события.

Этот метод отталкивается от профессионалов, а не от обывателей. Процесс метода заключается в последовательном проведении раундов с участием экспертов, где наиболее ценная информация подвергается обсуждению и затем в последующих раундах выносятся наиболее конструктивное решение. Главной задачей в этих заседаниях является достижение единогласного мнения. Процесс Делфи предоставляет информацию, выработанную «коллективным разумом» путем систематизации данных.

Необходимо выделить аспекты, отличающие Метод Делфи от остальных методов:

- голосование экспертов во время раундов с обратной связью в перерывах между заседаниями;
- анонимность голосования позволяет избежать влияния мнения известных людей на мнения остальных;
- конечная цель – выработка общего коллективного мнения, касательно данной ситуации с последующим применением в будущем.

За многие годы этот метод находил свое применение в различных областях и технологиях, конференциях, компьютерных сетях. Однако, существует ряд недостатков Метода Делфи.

Состав участников. Выбор состава участников и избежание пристрастий к кому-либо, особенно в сфере туризма, является наиболее рискованной и трудной частью задачи.

Критерии ответа. Установка определенного критерия на решение раунда влечет за собой определённые трудности. Обсуждение одного вопроса на протяжении довольно долгого периода времени может лишить участников заинтересованности в дальнейшей работе. Чем больше круг участников, тем труднее становится решение вопроса. Регулирование количества участников может стимулировать их к дальнейшей работе.

Анонимность. Чрезмерная анонимность может повлечь за собой некоторые недостатки, такие как отсутствие возможности обмена идеями, дебатов по определенным вопросам.

Фактор времени. Метод требует большого количества времени, что может ограничить круг исследований. Участники могут быть разбросаны по всему миру. Другие, более высокие технологии способствуют скорейшему распространению информации.

Чрезмерное упрощение. Потребность в достижении единогласного решения может привести к чрезмерному упрощению обсуждаемого материала, что не способствует вынесению правильного решения. С другой стороны, Метод Делфи обладает отличительными преимуществами в сравнении с другими методами.

Уровень исследований. Количество участников зависит от количества доступных ресурсов (от 10 до нескольких сотен человек).

Анонимность. Сведение к минимуму возможности влияния мнения одного участника на мнения других.

Контроль. Технология Делфи позволяет с большой гибкостью контролировать состав участников раунда.

Временной фактор. Солидный запас времени позволяет участникам уделить больше внимания обсуждению вопроса и даже обращаться за помощью к дополнительным источникам.

Комплекс анализируемых вопросов. «Коллективный разум» группы экспертов является мощным инструментом в решении сложных комплексных вопросов, которые в другой обстановке было бы проблематично решить. В туристском секторе Метод Делфи широко применялся при определении таких факторов, как:

- условия будущего рынка;
- будущие конъюнктурные условия;
- специфические изменения в подсекторах;
- особые проблемы в планировании.

Первое упоминание об использовании Метода Делфи в сфере туризма относится к печатным проспектам о досуге. Метод часто использовался для прогнозирования технологических нововведений и спроса в секторе общественного питания.

По мнению Е. Каунака и Д. Макаулея, основная проблема в применении Метода Делфи в туризме заключалась в том, что имела тенденция к формированию небольших групп экспертов, что негативно сказалось на качестве принимаемых решений.

Однако, исследования, проведенных в сфере туризма за последние 50 лет, создают предпосылки к усовершенствованию применения метода в этой сфере.

Как отмечают Г. Меллер и Э. Шафер, Метод Делфи находил большее применение в научных областях, таких, как медицина и космос, чем там, где присутствовал человеческий фактор.

Тем не менее, ограниченность ресурсов, «ноу-хау» и временной фактор зачастую делают Метод Делфи наилучшей альтернативой. Французский ученый-аналитик В. Лапаж заметил, что группы экспертов являются наименее эффективным средством определения и понимания перемен, и этот потенциал необходимо использовать полностью. Существует стандартная структура исследования требований при обучении, основанном на Методологии «ТОК». Использование Методологии «ТОК» с целью определения качества туристского образования и выявления потребностей в процессе обучения основано на 3-х базовых критериях:

- использование метода для определения существующих стандартов обучения в сфере туризма и расстановка приоритетов;
- создание схемы туристических профессий: деление полученных результатов на 3 группы – сектор туристской индустрии, профессиональные уровни и геокультурные территории;
- применение Метода Делфи для определения возможных требований и спроса на туристские навыки в различные временные периоды. Технология исследования в рамках Методологии «ТОК» состоит из нескольких хронологических ступеней.

I. Библиографический просмотр накопленного материала для определения существующего положения в изучаемом регионе.

II. Следующий этап:

- анализ туристской индустрии в регионе и составление карты туристских профессий с последующим созданием 3-х выше упомянутых групп;
- создание представительной группы экспертов для подсекторов, профессиональных уровней и изучаемых географических территорий;
- подготовка анкет полного качества и их проверка в предварительном раунде;
- проведение первого раунда и подведение итогов;
- подготовка анкет для последующих раундов;
- подготовка последнего отчета о существующих и прогнозируемых стандартах качества, спецификация размеров и приоритетов, заключение и рекомендации.

Методология «ТОК» применяется для изучения потребностей в обучении в мировых регионах туризма. Прежде всего, следует рассмотреть цели и гипотезы этого пилотного проекта в образовании в сфере туризма в различных мировых регионах. В ходе исследования были определены структурные конкурентоспособные условия в сфере функционирования туризма и туристских предприятий, улучшая умения своих трудовых ресурсов, заинтересованных в данном секторе, имеющих приоритет для туристской или общей предпринимательской политики.

Для такой цели Университету им. Д. Вашингтона было поручено изучение вопроса и проведение исследований проблем, существующих в нынешнем туристском образовании, и определении перспектив на будущее образование и практику в различных мировых регионах.

Данный вопрос был одной из предпосылок для изучения брешей, существующих между предложением и спросом – предпосылкой для создания конкурентоспособных туристских образовательных программ, одна из которых эффективно отвечает долгосрочным потребностям туристической индустрии. Конечная цель такого обучения – обозначение образовательных и тренировочных потребностей и определение пробелов в потребностях и требованиях и спросом на различные туристские регионы, конкретные секторы и профессиональные уровни.

Американские исследователи (А. Парасураман и В. Цайтхалм) определяют конкретные задачи на основе конечной цели: создать мировую карту туризма, как наглядный пример, с помощью которого легко определить пробелы в туристском образовании и подготовке специалистов в учебных заведениях, специализирующихся на удовлетворении определенных потребностей различных секторов, профессиональных уровней и географических регионов.

На такой карте посредством Методологии «ТОК» определены нынешние пробелы между предложением и спросом в туристской подготовке. Они создали концептуальную модель качества услуг и сферу ее применения в будущем.

Одна из задач – это стремление определить образовательные и подготовительные потребности в туризме, предусмотренные в будущем, по опросам, основанным на Методе Делфи, а также предусмотреть более эффективные образовательные методы для различных туристских секторов и профессиональных уровней в различных туристских мировых регионах.

Однако, Методология «ТОК» может использоваться также для обнаружения брешей в подготовке специалистов в туризме с перспективой для тех, кто получает такое образование и тех, кто его обеспечивает. Исследование, проведенное Университетом им. Д. Вашингтона, основано на изучении перспектив работодателей туристических фирм и конечных потребителей в туристском образовательном процессе, представляющих звено в цепи, где может быть получена наиболее актуальная информация о подготовительных потребностях на туристском рынке.

Обучение предполагает понимание того, как туристские подготовительные программы, предназначенные для специального сектора, на определенном профессиональном уровне, будут функционировать в том регионе, где впервые будут оценены их результаты.

На том этапе обозначаются цели, определяется ряд гипотез как основа исследований: существование пробелов между продуктом туристского образования, подготовительной системой и реальными требованиями работодателей сферы туризма. Также определяются недостатки в осуществлении эффективных туристских образовательных процессов, мешающих высококачественному обслуживанию своих клиентов. Большое число высших учебных заведений, квалификаций, учебных планов и курсов заинтересованы во всемирной туристской подготовке, однако, существует эффект раздробления подготовки в дальнейшем.

Таким образом, вклад в распространение ресурсов может быть неудачным. Пробелы в туристском образовании и подготовке специалистов динамичны. Они являются прямым результатом изменений в природе и условиях содержания туристского образования и туристической индустрии.

В своем научном докладе американские исследователи (Д. Хаукинс и Д. Хант) предсказывают, что в будущем туристские движущие силы будут все более разнообразны.

Специалисты будут иметь специальные знания, предприятия будут технически более ориентированы и готовы к работе в различных областях менеджмента. В то же время туристский бизнес будет заинтересован в сохранении, как клиента, так высококвалифицированных работников, оправдывающих их предварительные ожидания. В будущем существование продолжительных курсов для профессиональной подготовки привнесут особый момент ответственности и гибкости в исполнительскую работу.

Исследователь Д. Павесик утверждает, что образовательные программы высокого уровня, нынешние образовательные системы не в состоянии удовлетворить потребности отрасли в будущем без учета пробелов, существующих сейчас между знаниями и умениями сегодняшних студентов и будущим спросом в туристической индустрии.

Далее следует рассмотреть методологические возможности в области образования, которое было спроектировано качественно, скорее, чем количественно и проведено работодателями сферы туризма во всем мире в обучении и подготовке своих подчиненных с целью удовлетворения надежд и чаяний предпринимателей туристской сферы. Представленный содержательный материал для создания образовательных программ и разработанные качественные методы не могут считаться универсальными для всех слоев населения и туристских регионов, но все-таки позволили осуществить многообещающий анализ результатов, которые в дальнейшем предполагают объективную оценку эффективности туристского образования.

По Методу Делфи анализируется численность населения, разнообразие и разновидность туристских секторов. По мнению Д. Банка, на практике не может существовать характерный образец всех предпринимателей в различных секторах туризма, в разнообразных регионах мира во временных пределах, установленных для обучения. Поэтому обучение изучалось специальной комиссией экспертов, а не случайных представителей населения, так как это дает возможность анализировать пробелы между результатами туристской образовательной системы и требованиями предпринимателей туристских организаций и фирм во всем мире.

Образовательный процесс принимает во внимание воздействия культурных различий и экономических условий различных регионов, влияющих на развитие трудовых ресурсов в туризме. Для анализа подобных явлений была разработана специальная формула расчета числа экспертов, необходимых для участия в данном исследовании. Возвращаясь к предпосылке, на которой базируется Методология «ТОК», приведем формулу расчетов 3.2.

Формула 3.2

Расчет числа экспертов

$PQ = F1 (HRD) = F2 (E1 + E2)$ где:

PQ = качество туристского продукта и услуг в удовлетворении потребности,

F1 = качественная функция,

HRD = развитие человеческих ресурсов,

F2 = функциональная подготовка,

E1 = работодатели, E2 = служащие.

Из этой формулы становится очевидным, что разнообразие секторов деловой активности, заключающих в себе туризм (E1) и разнообразные профессиональные уровни (E2) знакомят нас с первоначальным элементом сложности в анализе качества пробелов в туристском образовании и подготовке специалистов сферы туризма.

Преодолевая данные трудности, во-первых, необходимо нарисовать карту сферы туризма, в то время как использование Стандартов Международной Классификации Туристической Деятельности, разработанных под эгидой ВТО (1994), все еще охватывает специфические характеристики туризма на профессиональных уровнях и в различных географических областях.

Эта карта сгруппировала всемирный туризм в трехмерную диаграмму: (x) туристический индустриальный сектор, (y) профессиональные уровни и (z) географические регионы.

Первое измерение основано на существовании 12 специфических секторов, которые охватывают всю мировую индустрию туризма: Отели и курорты. Фирмы по организации розничной реализации туров. Оптовые туры. Туристский маркетинг. Ресурсы культуры. Природные ресурсы. Туристская администрация. Туристский транспорт. Конференции и соревнования. Еда и напитки. Развлечения и аттракционы. Консультанты.

Второе измерение имеет отношение к различным профессиональным уровням в мировом туризме. Однако, чтобы отразить реальную ситуацию, нужно учитывать тот факт, что они не будут в равной степени присутствовать в анализируемых туристских регионах.

Персонал переднего края (FLP). Профессиональный уровень служащих с высшей степенью взаимодействия с клиентом (официанты, секретарши, портье и другой персонал).

Инспекторы (SPV). Профессиональный уровень служащих, распоряжающихся группой работников, но не отвечающих за весь отдел в целом (метрдотель, сестра-хозяйка, и т.д.).

Среднее звено управления (MLM). Профессиональный уровень персонала, отвечающего за весь отдел (менеджеры по общественным связям в гостинице, менеджер по кадрам и т.д.).

Высшее звено управления (HLM). Персонал с полномочием стратегических решений (менеджеры по региональному туризму и т.д.).

Третья величина рассматривает разницу между географическими туристическими районами согласно шести мировых регионов туризма, определенными в ВТО (1994): Америка, Африка, Восточная Азия и Тихоокеанский регион, Европа, Ближний Восток и Южная Азия.

В результате исследования была составлена карта мировых профессий туризма с 288 (12×4×6) профессиональными нишами, разделённая на 72 (12×6) географических района предпринимательской деятельности в туризме.

Формула 3.3.

Расчет потребностей работников в сфере бизнеса где:

$$M_s = \frac{TP}{TS} = \frac{100}{12} = 8,3 \approx 8$$

$$MR = \frac{TP}{TR} = \frac{100}{6} = 16,7 \approx 17$$

MS = Минимум начальных секторов

MR = Минимум начальных регионов

TR = Суммарное количество экспертов в комиссии

TS = Суммарное количество секторов

TR = Суммарное количество регионов

Следующий шаг – выбор экспертов в сфере туризма в этих районах. С их помощью можно определить специфические требования на различных профессиональных уровнях.

Число членов комиссии было установлено в количестве 100 экспертов. Схема расчетов потребностей в работниках представлена в формуле 3.3.

Когда происходил отбор участников комиссии, то достижение единого паритета не являлось целью, так как он не был бы полезен, принимая во внимание меняющуюся интенсивную деятельность туристского бизнеса, многогранность туристских секторов и профессиональных уровней в разных регионах мира. Однако, разные регионы могут быть адекватно представлены.

Необходимым было определение минимального количества людей на разные ниши в сфере бизнеса. С этой целью был утвержден минимум экспертов таким образом, чтобы на каждую нишу приходилось в среднем не менее половины экспертов. Весьма вероятно, представление комиссии не отображает реальную структуру развития мирового туризма.

Тем не менее, для создания комиссии были необходимы средства, полученные от туризма, то должно было быть 78 участников из Европы и Америки, всего лишь двое из Африки, из Южной Азии и Ближнего Востока – один участник, и 18 – из Восточной Азии / Тихоокеанского региона. Если бы был использован такой критерий, то результаты могли бы продемонстрировать только пробелы в обучении, главным образом обнаруженные при подготовке специалистов сферы туризма в высоко развитых странах, тогда как слишком мало внимания уделялось бы развивающимся странам, составляющим 75 % от общего числа стран в мире. В то время, как Европа и Америка довольствуются наибольшей частью мировых доходов от туризма, туризм все-таки является лидирующей отраслью в экономике приблизительно в 75 % стран всего мира.

Границы туристической деятельности созданы искусственно и нет мест идеальных для туризма, поэтому экспертная комиссия старалась не демонстрировать результаты, особенно выделявшие бы тот или другой туристический регион. Состав группы экспертов по Методу Делфи формировался с учетом уровня образования и опыта работы в сфере туризма.

Критерии отбора участников комиссии, которые должны:

- занимать должность на уровне менеджера в своём секторе;
- сохранять лидирующее положение в сообществе профессионалов соответствующей специфической сферы деятельности;
- быть осведомленным о разных профессиональных уровнях;
- обладать качествами лидера и уметь принимать решения;
- иметь отношение к туристскому образованию и обучению в своём регионе.

Для этого был использован ряд источников информации для установления связи с теми работодателями туристических организаций, обладающие наиболее подходящим профилем для этого обучения, включая ВТО, Совет Директоров Туристических Предприятий, Совет Директоров Многонациональных Корпораций.

Дальнейшие итоги можно подвести на основе установленной стандартной методологии.

Методология «Туризм – Образование – Качество» состоит из:

- использования методов полного качества для определения пробелов в образовании, которые существуют в туризме и размещение их в порядке очередности их устранения;
- составления гибкой карты туристических профессий для анализа индустрии туризма и ее пространственной структуры;
- применения Метода Делфи для исследования альтернативных моментов в различных периодах времени, при установлении потребностей в спросе на квалификации в туризме.

Хронологические стадии Методологии «Туризм – Образование – Качество»:

- исследование для определения статуса туристского образования, в каждой стране, регионе или курорте, где проходит инспектирование;
- анализ индустрии туризма в рассматриваемой пространственной окружающей среде и проектирование специальной карты профессий туризма в этом окружении;
- отбор группы экспертов-представителей различных подсекторов, профессиональных уровней и геокультурных областей на карте;
- предварительная подготовка и тестирование анкет опроса качества исследования;
- подготовка анкет опроса и последующих Делфи раундов;
- составление отчета о существующих и потенциальных пробелах обучения;
- спецификации масштабов и приоритетов исследования;
- заключения и рекомендации.

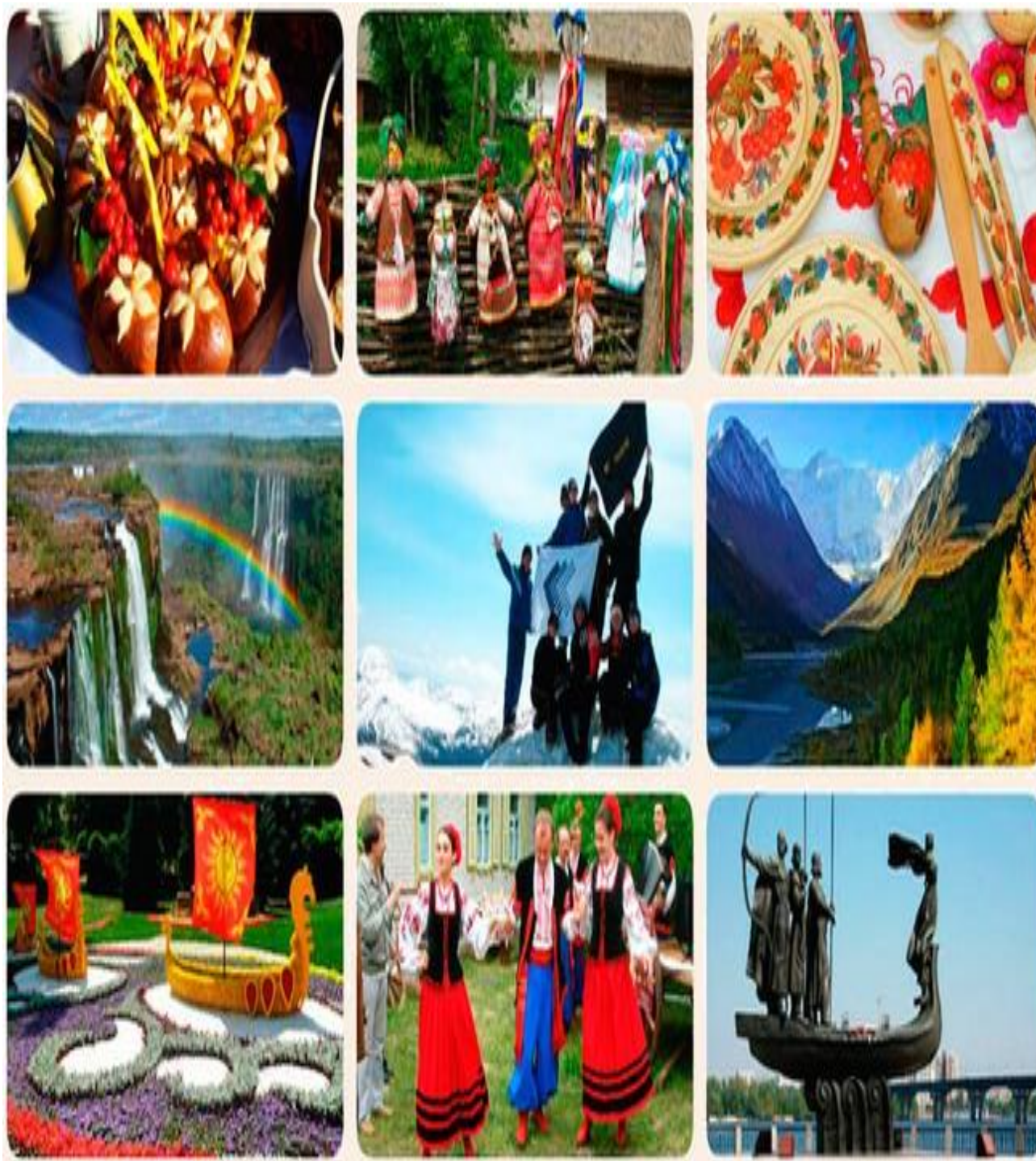
Проблемы качества как никогда актуальны для создания фундамента профессионального образования. При рассмотрении данных вопросов изучаются разнообразные его составляющие:

- критерии оценки качества учебных занятий;
- менеджмент качества образования (методы и механизмы);

- пути повышения эффективности контроля познавательной деятельности;
- влияние социально-педагогических условий обучения;
- управление всеобщим качеством.

Только учитывая все разнообразные направления исследований профессионального образования в высшей школе вообще, и в туристском образовании в частности, можно создать стройную и гибкую систему подготовки кадров для сферы туризма на современном этапе.

Следующим шагом было определение профессиональной компетентности специалистов сферы туризма в странах-членах ВТО. Для этого также был использован Метод Делфи, который наилучшим образом смог выявить слабые и сильные стороны в подготовке кадров для туризма.



Г Л А В А IV.

КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

4. 1. НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Главной целью инновационного образования является сохранение и развитие творческого потенциала человека. Образование должно быть пронизано общечеловеческими ценностями.

На всех этапах процесс обучения, который объединяет теоретические знания и практические умения, должен концентрироваться на формировании компетентной личности.

Сложность и разнообразие проявлений человеческой личности, большая зависимость целей и путей ее развития от идеологических и культурных контекстов создают проблематику совершенствования учебной деятельности в высшей школе. Глубокие изменения в сфере высшего образования сегодня становятся локомотивом «общества, основанного на знаниях».

Современные педагоги (Г. Алексеевич, С. Батышев, Л. Василюк, В. Володько, А. Востриков, Б. Вульсон, А. Джурицкий, И. Зязюн, А. Лиферов, Г. Лукичев, Н. Ничкало, П. Скотт, А. Лигоцкий, Р. Пахоцинский, Р. Яковец) исследуют проблемы профессионального образования и дидактику гуманистического воспитания в высшей школе, образовательную гуманистическую парадигму, стратегические направления развития европейского образования в историческом контексте и на современном этапе, проблемы высшей школы в психолого-педагогическом аспекте, профессиональную педагогику, теоретические основы проектирования современных образовательных систем и концептуальные подходы к их формированию.

В. Лутай поднимает в своих исследованиях вопросы философии современного образования, Л. Клинберг – проблемы теории обучения. Постоянные и быстрые перемены требуют качественной профессиональной подготовки и переподготовки, непрерывного обучения и постоянной модернизации умений, соответствующих перемен в характере профессиональных квалификаций.

Рассматривая интегративно-модульную педагогическую систему профессионального образования, ученые в своих научных исследованиях по проблемам профессиональной подготовки специалистов и формирования личности в процессе обучения в вузе определили наиболее существенное его противоречие: нетождественность предметов учебной и профессиональной деятельности, для преодоления которого предполагается два пути: *реализация контекстного типа обучения и введение в учебный план интегрированных предметов*.

Контекстное обучение представляет собой профессионально ориентированное обучение, когда все знания приобретаются в контексте будущей профессиональной деятельности.

В процессе изучения данных предметов не только максимально полно реализуется контекстное обучение, но и в содержание учебной деятельности вводятся прямые аналоги профессиональной деятельности, для чего используются такие методы обучения, как деловые и ролевые игры. Разрешение противоречий в сфере туристского образования и применение новейших методов в обучении предлагают украинские ученые-педагоги О. Бейдик и А. Воловик.

Это предполагает решение профессиональных педагогических задач.

Основное противоречие в системе профессионального туристского образования в:

- несоответствии формализованного развития образовательной системы в рамках узкого профессионализма и объективных потребностей общества во всеобщей профессионализации;
- разрыве между уровнем неиспользованной обществом квалификации и возможностями современной системы профессионального образования.

Проблемами системы туристского образования занимаются многие педагоги-теоретики и педагоги-практики. Исследователь К. Эхтнер занимается вопросами туристского образования в развивающихся странах. Большое внимание проблемам туристского образования уделяют международные организации: Европейский Центр Развития Профессиональной Подготовки и Европейский Институт Образования и Социальной Политики, изучающие содержание и структуру образовательных систем для развития профессиональной компетентности в сфере путешествий и туризма. Российский ученый В. Квартальный фундаментально рассматривает гуманитарные проблемы развития туризма в историческом и современном аспектах.

Насущные проблемы в профессиональной подготовке кадров для сферы туризма анализируют американские ученые (С. Шулман и Д.Гринберг).

Все исследователи рассматривают проблемы туристского образования многопланово – с точки зрения педагогики, психологии, культурологии, истории, философии, географии, экономики, социологии, статистики и других наук. Основой традиционного подхода к решению всех проблем являются психолого-педагогические исследования условий формирования фундамента образования в туризме. Важную роль в дидактическом процессе играют фундаментальные труды по психологии (А. Лурия и Н. Мерло-Понти) и инновационные подходы в исследовании психолого-педагогических аспектов высшего образования (С. Смирнов).

На этих традиционных основах базируется психология туризма, которая занимается анализом психологических характеристик специалистов в разных квалификационных категориях в разнообразных областях туристской деятельности. Эта дисциплина рассматривает проблемы адаптации студентов к вузу туристского профиля и мотивации обучения именно в нем.

Успешное решение этих задач в значительной мере зависит от интенсивных процессов адаптации. С одной стороны – адаптация системы образования к требованиям и изменениям в обществе и потребностям вхождения в мировое образовательное пространство.

С другой стороны – адаптация студентов к учебному процессу профильного вуза и трансформации социальной среды и иных факторов социального развития.

Первоначально психология и педагогика были составной частью философии, поэтому понятия психологии и педагогики туризма начинают приобретать контуры в качестве дисциплин в учебных планах многих высших учебных заведений туристского профиля в развитых странах мира, как составная часть такой дисциплины, как философия туризма. Научные работники и практики обращаются к идеям того направления философии, которое базируется на принципах приоритета уникальных интересов, ценностей личности.

По мнению американских психологов (Ч. Двек, Э. Леггетт), именно личность является центром гуманистической психологии. В своем научном труде «Социальнопознавательный подход к проблемам мотивации и личности» они формулируют новые подходы к решению этих проблем, полагая, что сложность человеческой личности создает постоянную потребность осмысления научной сущности этой категории и поиска новых способов формирования личности, новейших принципов развития учебной деятельности в высшей школе, отстаивая идею классической гуманистической педагогики: целенаправленный педагогический процесс должен формировать всесторонне (гармонично) развитую личность. Особую роль они отводят взаимодействию педагога и студентов.

Данные проблемы нашли более глубокое отражение в научном исследовании психологов Г. Марша и Р. Шавельсона в их работе «Многоаспектная иерархическая модель самооценки».

Американский ученый А. Бандура в своей работе о самоэффективности личности сформулировал принципы, лежащие в основе философии образования – антропоцентризма.

Антропоцентристская модель образования и воспитания основывается на понимании сущности человека как открытой постоянно меняющейся и обновляющейся синхронно с окружающим миром в процессе его активной деятельности системы.

Подобные проблемы рассматривает также психолог С. Селиверстов, который изучает антропоцентризм общей теории образования и социально-педагогические аспекты адаптации студентов к обучению в вузах. Важным элементом в данной концепции является положение о сущности воспитания, которое заключается в создании среды, максимально благоприятной для саморазвития индивидуума. То есть процесс воспитания человека не может быть ограничен нормами или ориентирован на идеал, следовательно, не может быть завершенным.

Достаточно лишь запрограммировать процесс развития личности – что нужно сделать воспитанию, чтобы сохранить человеческое в студенте и помочь воспитаннику в процессе саморазвития, явлениях творчества, обретения духовного богатства.

Педагоги и психологи (К. Амес и Р. Амес), не абсолютизируя идеи антропоцентризма, в своем исследовании стараются использовать его положительные аспекты при решении проблем адаптации студентов к обучению в вузах.

Задачами высшего образования в сфере туризма являются:

- обеспечение фундаментальной научной, профессиональной и практической подготовки;
- обретение студентами знаний и умений просветительно-квалификационных уровней соответственно их призванию, интересам и способностям.

Адаптация студентов к вузу туристского профиля является поликомпонентным процессом, этапом и составной компонентой социальной адаптации личности, ее социализации, некоторым образом определяющей ее эффективность в дальнейшем развитии индивидуума.

Исследователи сферы образования (П. Агукв, О. Злобина, О.Тихонович) рассматривают общие проблемы адаптации к нестабильности общества, утверждая, что процессы трансформации общества и образовательного пространства влияют на эффективность процесса адаптации студентов к специальному вузу.

Американский психолог Д. Мезиров рассматривает проблемы в обучении, связанные со стремлением студентов к изменениям и свободному образованию. Процесс адаптации может осуществляться организованно или стихийно. В нашем исследовании определялась эффективность разработанных социально-педагогических условий адаптации студентов к обучению в высшем учебном заведении туристского профиля. Экспериментальная работа в данном направлении в Киевском университете туризма, экономики и права начиналась со следующих этапов:

- подготовка преподавателей;
- формирование готовности студентов к обучению;
- освоение преподавателями методики обучения студентов умениям организовать учебную деятельность по предметам туристского профиля;
- учет их склонностей, особенностей отношения к учебной деятельности как важной предпосылки реализации принципа единства сознания и деятельности.

Важным педагогическим условием адаптации студентов к обучению в вузе является учет физиологических, психологических и психосоциальных особенностей студенческого возраста.

В учебном процессе педагоги были сориентированы на такие показатели, как:

- учет индивидуальных особенностей и личностных характеристик студентов, влияющих на процесс адаптации к обучению в вузе туристского профиля;
- результаты диагностирования их уровня обученности и познавательной активности.

Важное место в исследовании занимает реализация положений такой дисциплины, как педагогика личности, в основу которых положена идея о концентрации внимания в учебном процессе на студенте при ведущей роли педагога.

По мнению психолога А. Бандуры («Навстречу унификации изменений в человеческом поведении») личностный подход предусматривает отношение преподавателя к студенту как к уникальной личности, признавая его право свободы выбора и оказывая содействие его самореализации.

Преподаватель должен знать интеллектуальные способности, склонности, мотивы, интересы, особенности процесса мышления, уровень культуры умственного труда студента, для реализации личностного подхода к обучению. Основные задачи состоят в необходимости трансформирования в сознание преподавателей идей гуманизма – восприятие студента как самоценности, принятие его неповторимой индивидуальности.

Психологи Д. Брофи и Т. Гуд подчеркивают тесную связь между поведением педагога и достижениями студента в вузе. А. Андерсон, Г. Браун, Р. Шиллок и Г. Йюл ставят в прямую зависимость стратегии педагога и оценку результата его деятельности. Индийский ученый М. Ксксенимали и японский педагог Д. Накамура в исследовании психологии подростков утверждают об интенсивной мотивации в учебном процессе на современном этапе.

В своих исследованиях психологии обучения французские исследователи (С. Мушон, М. Файоль, Ж.-М. Фулен) отмечают тот факт, что признание субъекта уникальным вменяет педагогам в обязанность считать нормой неповторимость его ценностных ориентиров, если они не угрожают социальному организму. В процессе исследования даются определения понятиям «гуманизация микросреды» и «гуманизация личности». Е. Хамачек исследует практическую реализацию теоретических исследований гуманистической психологии.

- **Гуманизация микросреды** – атмосфера в педагогическом и студенческом коллективе.

- **Гуманизация самой личности** – это формирование, как у преподавателей, так и у студентов гуманистических ценностей – важная социально-педагогическая адаптация последних к обучению в вузах туристского профиля. В ходе научного исследования внимание педагогов сосредотачивалось на том, что целью технологического процесса в профессиональном образовании является не только овладение студентами специальными знаниями, умениями, а и содействие формированию основных качеств личности.

По мнению педагогов и психологов (А. Ашман и Р. Конвей), одно из таких качеств – познавательная активность, проявляющаяся в направленности и устойчивости познавательных интересов, стремлении эффективно овладеть знаниями и способами деятельности, мобилизация волевых усилий на достижение учебно-познавательной цели. Значительное внимание в ходе исследования уделялось постановке задачи адекватной адаптации к учебному процессу форм, способов, методов, приемов организации учебной деятельности студентов – технологии обучения.

Передавая студентам право выбора педагогических технологий, снижая уровень регламентации, преподавателей побуждали к повышению их ответственности за результаты своей работы.

Значительное внимание предоставлялось вопросам реализации принципа преемственности в организации учебно-воспитательного процесса. Сохранение и передача положительного опыта взаимодействия преподавателей и студентов основаны на влиянии условий, обеспечивающих активную позицию студентов в организации своей учебной деятельности. Развитие на качественно новых уровнях положительных результатов, достигнутых на предыдущих этапах взаимодействия, рассматривалось как предпосылка решения задач адаптации студентов к обучению в вузе туристского профиля. Особое внимание уделялось созданию условий для самореализации и самоутверждения каждой личности, удовлетворению и развитию ее интересов и склонностей, формированию гуманности в повседневных отношениях. Результаты исследования продемонстрировали меры для решения адапционных проблем:

- уточнялись цели и задачи учебного процесса в вузе;
- конкретизировалось их соответствие различным уровням подготовки;
- определялся оптимальный объем учебного плана для каждого уровня;
- рационально распределялось время в границах учебного плана между видами учебной деятельности, теоретическими и практическими формами обучения;
- рассматривалось положительное влияние дифференциации и индивидуализации обучения на процесс адаптации студентов к учебному процессу вуза туристского профиля.

Психологи Е. Дуси и Р. Райян утверждают, что адаптация студентов к специальному вузу обуславливается всей совокупностью внешних и внутренних условий, имеющих различную силу влияния на деятельность личности в зависимости от объективных или субъективных факторов. Результаты научно-исследовательской работы дают основания утверждать, что адаптация студентов к вузу будет осуществляться эффективно при условии, если:

- создан мотивационный настрой на работу у педагогов и студентов;
- отношение к личности основывается на признании ее индивидуальности;
- стимулируется максимальное ее самовыражение;
- личность, в данном случае студент, имеет возможность полностью реализовать себя.

Наряду с требованиями повышения компетентности студентов и педагогов современная реформа ставит задачи демократизации и гуманизации образования на всех уровнях.

Д. Нихоллс и С. Ашрон-Варнер в своих исследованиях поднимают проблемы качества и равенства в интеллектуальном развитии: роль мотивации в образовании.

Р. Аткинсон, Д. Брунер и Р. Шифрин исследуют психологию обучения и мотивации как научно-теоретическую проблему образовательного процесса.

Важное место в современном дидактическом процессе организации высшего образования отводится различным направлениям педагогики.

Педагогика, как наука, постоянно развивается и видоизменяется, появляются новые направления – педагогика туризма, педагогика менеджмента, педагогика экономики и т.д.

Это свидетельствует о том, что эта наука на современном этапе развития общества приобретает новые черты, обогащается за счет приграничных наук. Каждая крупная ветвь педагогических исследований разрастается и углубляется.

Педагогика туризма распадается на педагогику личности туриста, культуры, коммуникативности или диалога культур, туристской коммуникации, досуга, экологического, социального и экстремального, международного туризма, истории мирового и национального туризма, гостеприимства, туристской деятельности и профессиональную сравнительную педагогику туризма, на рис. 4.1.

Педагогика туризма, как комплексная дисциплина, изучает процессы воспитания и обучения в учебных заведениях туристского профиля.

При определении структуры предмета педагогики туризма на современном этапе актуально говорить о **педагогике международного туризма**, целью которой является изучение и исследование общих закономерностей и локальных особенностей влияния туристической деятельности в различных странах на подготовку специалистов для этой отрасли.

Развитие педагогики международного туризма очень важно в период глобализации.

Исследование туризма в аспекте коммуникации культур требует рассмотрения более сложных вопросов об относительных особенностях и перспективах развития самого человечества.

Известно, что вокруг этих вопросов сталкиваются разные концепции и подходы к их решению. Некоторые исследователи возражают против взаимодействия и взаимовлияния культур, признают неизбежность постоянных конфликтов между ними и, исходя из этого, пророчат неотвратимость глобальных конфликтов на культурно-религиозной основе.

Основу педагогики туризма составляют педагогика культуры и педагогика диалога культур.

Педагогика культуры – это направление педагогических исследований, представители которого рассматривают процесс обучения как знакомство человека с объективными ценностями культуры, их интериоризацию. Результатом воздействия данной дисциплины является духовное обогащение человека и создание новых ценностей. Согласно концепции педагогики культуры образовательная деятельность связана с миром обязательств человека и его призванием.

В связи с бурным ростом международного туризма расширяются возможности населения всего мира ближе познакомиться с мировыми культурными ценностями, тем самым значительно увеличивается культурный уровень населения мира в целом.

Педагогика коммуникативности или диалога культур рассматривает вопросы взаимодействия разнообразных культур, изучает влияния национальных культур на воспитание и образование людей. Национальные культуры воспринимаются не механически, не за счет ущемления национальной специфики культуры, а усваиваются в соответствии с особенностями мировоззрения, традиций, образа жизни определенного народа или нации.

Представители этого направления педагогических исследований определяют общие закономерности и отмечают особенности влияния каждой культуры на формирование человека новой генерации во всем разнообразии его талантов, способностей и особенностей развития и становления личности. Культурные контакты, взаимовлияние разных культур, как свидетельствует исторический опыт, также важны для их развития, как и наследственность.

Многие исследователи истории человечества отмечали, что, несмотря на существенные отличия между культурами разных народов, они вырастают из одного корня и подобны, по своей сути и назначению, способам человеческой деятельности, средствам регулирования, сохранения, воспроизведения и развития общественной жизни.

Философ-культуролог П. Ворсли («Три мира: культура и мировое развитие»), высказывая мысль о единстве человеческого рода, выявил определенные общие черты в культурах разных народов, общие закономерности их развития.

Учитывая постоянное взаимодействие культур, философ Н. Бахтин, именно в противоположность идеи А. Шпенглера, выдвинул понятие «диалога культур».

С его точки зрения своеобразие культур не является препятствием для их общения, взаимосвязей. Если культуры являются своеобразными «личностями», то между ними существует «диалог», который длится века. Этот «диалог» происходит не только между современными культурами, но и между ними и культурами минувших веков.

Опыт свидетельствует, что некоторые восточные страны не только эффективно усвоили многое из достояния западной культуры, в частности, в сфере технических наук, передовой технологии, в образовании, но и лидируют в развитии научно-технического прогресса, не теряя при этом специфики своей национальной культуры (Япония, Китай).

По мнению П. Ворсли, усиление взаимовлияний, взаимопроникновение культур, формирование культурных общечеловеческих ценностей, впрочем, не означает, что происходит унификация культурных норм, способов мировосприятия, нивелирование национальных культур, принятие всеми народами общей единой системы ценностей.

Общечеловеческие ценности и культура – это наилучшие образцы, созданные разными поколениями народа, нации, ставшие достоянием всего цивилизованного человечества.

Успешное развитие национальной культуры зависит от того, насколько активно она черпает и творчески усваивает приемлемые для нее ценности культур других народов, их культурного наследия. Наследство, на которое опираются культуры разных народов, интернационализируется.

Философ указывал на наследственность в развитии культур разных стран и эпох, сделал попытку обнаружить общечеловеческое в его конкретно-историческом развитии.

Такие мысли высказывали, опираясь на конкретный этнографический материал, Г. Спенсер, Ю. Леппер, Э. Тайлор, Д. Фрезер и другие.

Подобные мысли развил русский культуролог В. Библер: «В XX столетии типологические отличия «культуры» (целостные кристаллы произведений искусства, религии, нравственности) вяжутся в единое временное духовное «пространство», удивительно и болезненно соединяются друг с другом..., «дополняют», то есть выключают и предусматривают друг друга.

Культуры Европы, Азии и Америки «толпятся» вокруг одного и того же сознания, их никак не удается разместить по «восходящей» линии (высшее, низшее, лучшее, худшее).

Одновременность разных культур бьет в глаза, и ум оказывается реальным феноменом повседневного бытия современного человека».

Теоретик туризма М. Шудсен в своей работе «Туризм и современная культура» утверждает, что наше время требует важного анализа традиционного противопоставления Запада и Востока, которым якобы «не сойтись». Больше того, в современном мире значимость национальных культур возрастает, ведь чем более развита та или иная национальная культура, тем она способнее пополнить сокровищницу общечеловеческой культуры.

Этот процесс связан со сбалансированным объединением индивидуализации и унификации социокультурных сообществ. Повышается интерес и внимание к каждой культуре, но чтобы занять видное место в общемировом сообществе, надо не только дать себе отчет в своей уникальности, но и прочувствовать свою зависимость от других культур.

Процесс глобализации требует объединения культур через осознание взаимозависимости.

Такое объединение не должно быть механической смесью, или поглощением одного другим. Сейчас повышается роль каждой культуры, ее влияние на глобальные процессы.

Вместе с тем это заостряет проблему этнических ценностей и стратегии развития на ближайшую перспективу. Традиции национальных и этнических культур часто оказывают сопротивление проникновению в их внутреннюю структуру глобальных инновационных изменений.

Чрезмерная нацеленность на невосприятие инноваций ухудшает конкурентоспособность экономики данной страны на мировом рынке.

Украинские философы В. Пазенок и Т. Пархоменко в своих научных исследованиях акцентируют свое внимание на том, что на современном этапе необходимо обнаружить большую творческую гибкость в объединении глобальных тенденций с традициями национальной культуры. Необходимо поддерживать творческий дух и потенциал наших традиций, где есть равноправное место и для национальных меньшинств. Ознакомление с самобытной культурой того или другого народа очень обогащает нас, открывает неосознаваемые нами горизонты нашей собственной культуры, стимулирует наш творческий потенциал.

Ничто не мешает предположить, что адекватно представленная наша культура будет интересной для многих других народов, как и их культура для нас. В культурологическом аспекте глобализация ставит отдельных индивидуумов и социумов перед проблемой коммуникации. Поэтому можно говорить о педагогике туристской коммуникации в связи с бурным развитием туризма.

Педагогика туристской коммуникации – это направление педагогических исследований, представители которого изучают проблемы, связанные с общением в процессе туристической деятельности и ее влиянием на воспитание и образование личности.

Глобальная синергия культур в условиях туристской коммуникации является сущностью современных трансформаций в сфере туризма. Туризм является не только видом рекреационной, обновляющей трудоспособность и естественную гармонию человеческого организма деятельности, но и таким ее аспектом, который расширяет каналы коммуникации между разными социумами в условиях современных глобальных процессов.

Синергизм (греч.) – явление усиления действия одного катализатора добавлением другого.

В этой своей функции туризм служит средством расширения объема согласованного взаимодействия социальных субъектов, целых социумов в глобальном пространстве, с целью решения насущных проблем.

Цель и способ этого взаимодействия можно сформулировать следующим образом: чтобы предотвратить ряд социальных, социально-экологических и глобально-экологических кризисов и катастроф, необходимо гармонизировать мотивационные взаимоотношения между индивидуумами и обществом, разными социумами и группами социумов в глобальном масштабе.

Туризм играет роль чрезвычайно важного инструмента благодаря своим особенностям в сравнении с некоторыми другими видами социальной деятельности и коммуникации.

По мнению О. Хелмера, одним из таких подходов считается самоорганизационный или социально-синергетический подход (использование законов синергизма в социальной сфере).

Овладение таким подходом в глобальном масштабе означает создание достаточно мощных каналов политического, экономического, организационного и других взаимодействий разных социальных организмов в современном мире с целью опережающего кооперативного реагирования глобального сообщества на разнообразные глобальные угрозы, которые могут отрицательно сказаться на шансах выживания человечества на планете.

Для решения поставленных задач необходимо достичь согласованности действий разных социальных субъектов на основе взаимного учета их интересов.

Сейчас на всех континентах существует сеть гостиничных комплексов и туристских маршрутов, которые обслуживают около полмиллиарда туристов в год, а со временем, через 10-15 лет, эта цифра может достичь миллиарда.

Сеть туристских объектов, размещенные возле них предприятия сферы сервиса и учреждения, образуют сеть туристской деятельности и коммуникации. При этом необходимо отличать материальную и финансовую инфраструктуру сферы туризма от ее культурологической, ценностной, духовной и познавательно-мотивационной инфраструктуры.

Факт существования сферы туристской коммуникации означает, что туристы вступают в постоянный контакт с носителями той или иной культуры и становятся активными участниками коммуникации с представителями социума, этнического социального объединения, на территориях которых находятся те или иные туристские объекты и рекреационные зоны.

По мнению украинских философов С. Горского и Я. Любивога, в современном мире существует довольно много каналов и сетей коммуникации – экономических, политических, культурных, образовательных и т.п. Поэтому среди этих разновидностей важно выделить специфические черты и показать особую роль туристской коммуникации. Ведь и другие виды коммуникации играют значительную роль во взаимодействии разных социумов в направлении укрепления всеобщего цивилизованного фундамента современного мирового сообщества.

Международные организации, транснациональные корпорации, мировой рынок товаров, труда и услуг также осуществляют важную функцию подъема уровня глобальной коммуникации.

Поэтому в современных условиях коммуникации украинская культура является важным демонстративным средством вхождения нашей страны в сеть глобальной культурной коммуникации и важным коммуникативным каналом глобализации нашей повседневной жизни.

Правильная стратегия по мере контролируемого и социально мотивированного подключения Украины к мировым процессам предусматривает активное вхождение в сеть глобальной туристской коммуникации. Этот процесс двусторонний – это посещение:

- нашими туристами других стран, пользуясь существующей там высококачественной туристской инфраструктурой;

- иностранными туристами Украины, где не созданы достаточные законодательные и организационные условия для высококачественного обслуживания туристов.

Если первое – частное дело граждан Украины, имеющих возможность оплатить туристские услуги за границей, то второе – дело государственной значимости, которое зависит от усилий, направленных на развитие в Украине мощной туристской инфраструктуры.

Прибыли от иностранного туризма будут стимулировать развитие украинской экономики, повышать благосостояние украинских граждан, а это увеличит количество платежеспособных украинских граждан, которые смогут выезжать за границу как туристы. Особая роль туризма в формировании высокого уровня моральной солидарности вытекает из незаинтересованных в коммерческой выгоде мотиваций массового субъекта туристической деятельности. Турист обычно платит определенную сумму денег за туристские услуги, однако, при этом стремится интересно и познавательно провести время отдыха. Путешествия – это отдых, познание окружающего социально-культурного мира. Турист стремится большей частью положительно проявить свои лучшие моральные качества в другой социальной и культурной среде.

Поэтому, хотя туристическая деятельность в сфере межсоциальной коммуникации по своему значению уступает международной политике и экономике, по уровню положительного потенциала, направленного на объединение цели глобального сообщества, эта деятельность превосходит упомянутые сферы деятельности социальных субъектов.

Туристическая деятельность, кроме своей прямой и непосредственной рекреационной функции, выполняет важную цивилизованную, гуманизирующую функцию своеобразной сети коммуникации. Все вышеперечисленные процессы прямым образом влияют на процесс профессиональной подготовки специалистов в данной сфере. Поэтому тщательное ее изучение поможет организовать обучение в вузах Украины на завершающих этапах подготовки бакалавров и магистров более структурированным и системным.

Педагогика туристической деятельности – это новое направление педагогических исследований, предметом изучения которых является процесс формирования личности высококвалифицированного специалиста туристической индустрии.

Представители этого направления исследуют влияние разнообразных политических, социальных и экономических факторов на обучение и воспитание специалистов сферы туризма, рассматривая педагогику туристической деятельности, как мастерство воспитания специалиста новой генерации. Он может выдержать значительную конкуренцию на рынке труда на современном этапе развития человечества. В рамках этого направления исследуется воспитание как сознательный и планомерный процесс подготовки специалиста к трудовой деятельности в сфере туризма, раскрывается сущность этого процесса, его закономерности, тенденции и перспективы, определяются принципы и правила, какими регулируется целенаправленная воспитательная деятельность в этой сфере.

Педагогика туристической деятельности теоретически обобщает факты реальной действительности, отражающие многогранную трудовую деятельность специалистов в сфере туризма, проникает во внутреннюю природу явлений, которые происходят в туристской деятельности, выявляет истинные причины, предвидит закономерный ход их развития.

Педагогика туристической деятельности не просто описывает явления воспитания в рамках трудовой деятельности. Она открывает и анализирует объективные закономерности воспитательного процесса в подготовке специалистов сферы туризма, исследует важные и необходимые общие связи причинно-следственной зависимости в нем.

Педагогика досуга включает в себя процесс воспитания средствами отдыха, что очень важно в современных условиях стремительного развития общества. Одной из разновидностей педагогики туризма является **педагогика социального туризма**, которая рассматривает проблемы воспитания представителей разных слоев общества посредством путешествий и его влияние на сохранение психического, физического и умственного здоровья этих людей.

Это направление педагогических исследований несет в себе гуманистический потенциал, которым наделены такие разновидности туризма, как социальный, родственник, молодежный, религиозный, «ностальгический», «деятельный», туризм для людей преклонного возраста и инвалидов.

Однако, современный взгляд на туризм и его действующих лиц состоит в том, что эта форма общественной деятельности также должна в полной мере отвечать «человеческим измерениям», быть гуманно-центрированной, при этом не по форме, а, по сути.

Зарубежные исследователи туристической деятельности (С. Ванхилл, Д.Гилберт, К. Купер, Д. Флетчер) считают, что туризм – это «привилегированное средство индивидуального и коллективного усовершенствования», объединяясь с духовным раскрепощением. Ведь турист – это свободный человек. Туризм становится уникальным средством самообразования и самовоспитания – в этом аспекте можно говорить о педагогике и психологии туризма.

Педагогика социального туризма исследует социальные проблемы, возникающие в этой сфере в связи со значительным расслоением общества в нашем мире.

Эта дисциплина, прежде всего, рассматривает социоморальную проблему свободы в путешествии, которая, как и любая другая – внутренне противоречива.

По мнению М. Бирам и Г. Зарате, свободная личность должна непринужденно распоряжаться несколькими видами свободы: экономической, политико-правовой и нравственно-интеллектуальной.

Только при этих условиях она способна реализовать свой выбор. В реальной жизни это проявляется в той свободе, которой пользуется «элитный» турист, к услугам которого представляются и самые экзотические маршруты, и самое изысканное обслуживание, и культурные программы.

Социальный турист может рассчитывать на услуги совсем другого разряда. Но свобода – это источник осознания туристом собственного достоинства.

По мнению теоретика туризма В. Квартальнова, в условиях широкой демократизации общественного отношения значительно обостряется проблема социального туризма, сущность которого иногда определяется в соответствии с общественным статусом основного контингента его участников. Это туризм для неимущих, деятельность, направленная на рекреацию (восстановление) человека за счет предоставления минимального «необременительного» набора туристских услуг. Можно в полной мере говорить о социологическом измерении туризма.

Социальный туризм целесообразно рассматривать в контексте задач и целей социальной политики. Развитие социально ориентированных видов туризма также базируется на научных основах. Плодотворные научные результаты возникают «в случаях проведения исследований на границе научных дисциплин, концепций или при творческом привлечении понятий одной науки для развития другой...».

Социально определенным считается также туристическая деятельность, преследующая цель социальной адаптации его участников к культурно-образовательным возможностям общества, важной для подрастающего поколения, а также для пожилых людей и инвалидов.

Социальный туризм как общедоступный, как об этом свидетельствует международная практика, пользуется финансовой поддержкой государства, выполняет поощрительную функцию, стимулируя общественно-полезную активность людей.

Внедрение рыночных отношений, как правило, сопровождается старанием сократить затраты на социальные программы, в том числе на социальный туризм. То, что раньше считалось обязательной функцией государства – оздоровление широкой массы населения – отныне становится предметом лицензирования частных лиц. Это положение требует общественного корректирования. «Переход от ориентации на элитарный туризм к заинтересованности в развитии недорогих массовых видов туризма» не только будет оказывать содействие развитию социальных контактов, реализации демократических прав человека на содержательный отдых, но и обеспечит увеличение туристских потоков, которые, в свою очередь, положительно скажутся на бюджете района, города, страны в целом.

По мнению теоретиков туризма А. Булла и Ж. Паво («Экономика в сфере туризма и путешествий», «Экономика воздушного транспорта, неприменимая конкуренция»), будущее туризма на 60-70 % – это рынок внутреннего туризма и только на 30-40 % – иностранного, въездного. Проигрывая взаимозависимые роли в туристском общении, его участники укрепляют общественное корпоративное сознание – «чувство единой семьи».

Важное место в структуре педагогики туристической деятельности играет **педагогика гостеприимства**, представители которой изучают вопросы воспитания и обучения специалистов сферы гостиничного и ресторанного бизнеса, самой развитой отрасли туризма. Эта дисциплина входит в учебные планы всех высших учебных заведений, которые готовят специалистов для гостиничной отрасли. Доля этой отрасли в мировом туризме дает приоритеты данного предмета в качестве изучения в профессиональной высшей школе. Особенностью подхода, предложенного в данном исследовании, является попытка отделить подходы организаций к туризму от восприятия туристической деятельности самими туристами.

Ведь туристов во много раз больше, чем лиц, обслуживающих туристическую индустрию. Такой анализ туристической деятельности с позиции восприятия самих туристов, составляющих десятую часть жителей Земли, вполне обоснован. Совершенно очевидно, что восприятие туристом новой географо-ландшафтной и (или) культурно-исторической среды происходит обычно в состоянии релаксации, активизации общепознавательного интереса.

По мнению М. Шудсена, турист входит в состояние незаинтересованного эстетичного, культурно-мировоззренческого восприятия. Эмоционально, эстетично, духовно он погружается в непривычную для него среду, глубже и сочувственнее ощущает этнические архетипы, которые характерны для того региона, где он осуществляет в данный момент туристскую деятельность.

Д. Пирс в своих исследованиях обращает внимание на анализ развития личности туриста в процессе осуществления им туристской деятельности, гармонизации противоречивых сторон его жизненных мотиваций, углубленный диалог с непривычной для него культурой, в которую он на определенное время погружается.

Педагогика личности туриста анализирует личностное измерение туристической деятельности как одной из составляющих формирования незаинтересованной в непосредственном коммерческом результате коммуникации личностей как представителей разных социумов и культур. Одним из решающих факторов, предопределяющим туристическую деятельность, становится стремление человека к развитию собственной личности, желание глубже познать окружающий мир и самого себя. В науке уже известно понятие «педагогика личности», определение которого дано в педагогическом словаре С.У. Гончаренко. В нашем исследовании основные компоненты данного понятия переносятся на сферу туризма. Такой подход инициирует вопрос о важности исследования личностного измерения туристической деятельности для понимания внутренних механизмов, стимулирующих человека стать туристом.

Исследования определяют то, что ожидает получить турист от туристической деятельности; основные мотивы, побуждающие его к этой деятельности, основные ценностные этапы ее реализации. Особенно важным становится также влияние указанного процесса на изменения в физическом, психологическом и нравственно-психологическом состоянии личности после туристского путешествия. На сегодня довольно детально изучено положительное влияние туристической деятельности на улучшение физического самочувствия туриста, на стабилизацию его психологического состояния. Исследованию подлежат желания людей ознакомиться, как с ближайшими культурно-географическими зонами, так и более отдаленными регионами и другими странами. Одним из важных измерений туризма является его личностное измерение.

Внимание к личности туриста, учет его стремлений к культурному и личностному саморазвитию рассматривается важным элементом стратегии специалиста в сфере туризма.

Глубокие и социально значащие культурные и личностные контакты, которые могут повлиять на жизненные ключевые ценности и ориентации индивидуумов, происходят тогда, когда индивидуумы, как туристы, станут собственной ногой на землю другого региона своей или другой страны, и собственными глазами увидят новую природно-географическую и культурную среду, отличную от той, где они постоянно живут. После туристического путешествия, человек по-новому воспринимает информацию из средств электронной коммуникации о местностях и странах, где он осуществлял туристскую деятельность. Он эту информацию оценивает более глубоко, включая культурный внутренний коммуникативный диалог, который становится возможным благодаря осуществленной ранее туристической деятельности.

Значительное влияние на развитие волевых качеств личности оказывает экстремальный туризм и разнообразные школы выживания, отработывая новые модели поведения в экстремальных ситуациях.

Такой туризм становится причиной кардинального изменения жизненных ценностей и практической ориентации человека. Одним из таких примеров является индивидуальный альпинизм.

В этом смысле можно говорить о **педагогике экстремального туризма**.

Анализ личностного измерения туризма в объединении с социально-культурными и глобальными аспектами раскрывает основные составные процесса глобального синергетического взаимодействия культур и социумов в целом. Туризм способствует общению представителей двух разных подходов: как быстрее войти в мир современных наукоемких технологий и вместе с тем сохранить традиционные национальные ценности, получившие в начале XXI столетия реальные политические возможности постепенно раскрыть свой настоящий потенциал.

В исследовании учебной деятельности во внимание берутся мотивационная ориентированность и направленность деятельности субъекта. Основа мотивации обучения в учебном заведении туристского профиля – это возможность путешествовать, познавать мир, учиться и совершенствоваться, создание инновационного туристского продукта, значительные изменения в социальном поведении людей, появление непривычных «экзотических» форм странствий.

Туристическая деятельность – это не только перемещение в физическом пространстве, а и в культурной среде. Исходя из этого, деятельность может происходить или в своей культурной среде, или за ее пределами. То есть перемещение происходит в своей социокультурной среде, если люди, путешествуя, познают собственную культуру, приближаются к своим культурным эталонам – святыням, которые объединяют людей в единое социокультурное сообщество.

Такой вид туризма можно назвать паломничеством в широком социокультурном содержании.

С другой стороны, можно осуществлять временное перемещение из собственного пространства в другую социокультурную среду (по вертикали). Такой вид туризма можно назвать путешествием, странствием. Путешествие осуществляется для ознакомления с другими культурами не через книги или разнообразные информационные источники, при непосредственном контакте с бытом, памятниками, обычаями другой культуры. Во время путешествия не рассматривается цель принятия новых культурных ценностей, турист остается самим собой, представителем своей социокультурной среды, посторонним наблюдателем. Он может приобрести, прибавить что-то новое, расширить свое познание окружающего мира, но он не отрекается от своей культуры.

Границы социокультурной среды не всегда совпадают с границами стран. Поэтому туристическое странствие по одному и тому же маршруту для двух людей может быть разными видами туризма. Например: туристское путешествие в Иерусалим, одними воспринимается как духовное становление, приобщение к святыням культуры.

Здесь осуществляется перемещение в границах своей культуры, не считаясь с тем, какое расстояние было преодолено. Другими такое странствие может восприниматься, как путешествие в город с интересной, но чужой культурой.

Туристическое путешествие может осуществляться и в границах своей культуры, включая другие страны в свою социокультурную среду.

Каждый из названных видов туризма ставит перед собою свои задачи.

Дисциплина, которая изучает воспитательное значение туризма в историческом аспекте, **педагогика истории туризма**, рассматривает влияние путешествий на образование и воспитание человека в процессе исторического развития, начиная с древнейших времен.

В своей книге «Туризм: прошлое, настоящее, будущее» А. Буркарт и С. Медлек утверждают, что сначала возник такой вид туризма, как паломничество.

Оно ведет начало от путешествия Св. Елены в Иерусалим в IV столетии. В этом же столетии паломничество приобретает широкое распространение. Многие люди преодолевали большие препятствия, чтобы приблизиться к святым местам, источникам своей культуры.

Только в начале XVIII столетия появляется такой вид туризма как «путешествие за границу своей культурной среды». До этого времени путешествия были связаны, преимущественно, с образовательной целью, с торговой, воинской служебной деятельностью. Ни одно поколение состоятельных вельможных сословий не могло обойтись без путешествия по Европе.

Это считалось обязательным элементом образования в средние века и эпоху Возрождения.

В Украине такой вид туризма появляется позднее. Украинский язык не знал слова «туризм» и производного от него «турист» вплоть до второй половины XIX столетия.

Это слово впервые появляется у И. Нечуй-Левицкого и М. Драгоманова (со временем, и у других авторов) с объяснением «турист – то есть путешествующий». Путешествие осуществлялось к месту с другой культурой, которое уже воспринималось толерантно. В условиях глобализации перед туризмом возникает новая задача, объединение двух видов туризма.

В. Теобальд указывает на одну важную особенность туризма в эпоху глобализации – формирование единства многообразия, которое приведет к сближению двух форм туризма – паломничества и путешествия. Развитие человеческих связей соединяет людей из разных стран, из разных уголков земли в единую социальную систему под названием человечество.

Укрепление отношений между людьми приводит к образованию глобальной системы взаимозависимости. Ни одно общество не может жить и не живет в изоляции от других стран.

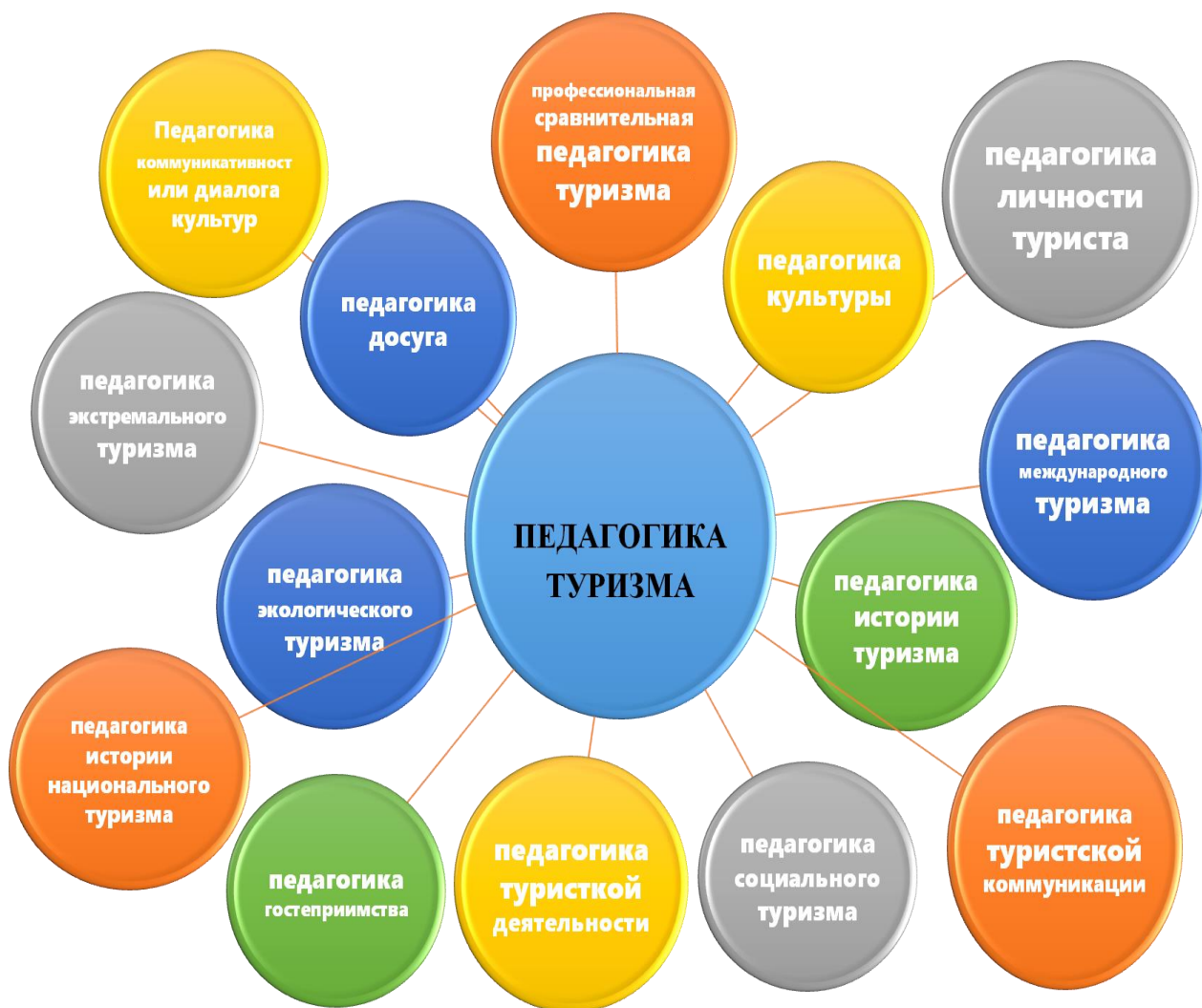
Глобализация – это не зависимость одних от других, а система взаимозависимости всех субъектов. Она вводит человечество «в эру уникальной, – как пишет П. Рикер – планетарной цивилизации, которая вместе с тем дает возможность всем достичь гигантской поступи и ставит перед всеми невероятно сложную задачу – как сохранить свое культурное наследие и приспособить его к новой реальности».

Глобализация охватывает самые существенные стороны экономических, политических, информационных и культурных процессов, устанавливает почти мгновенную связь между всеми регионами планеты. Глобальные процессы бросают вызов многим странам, нациям и этносам.

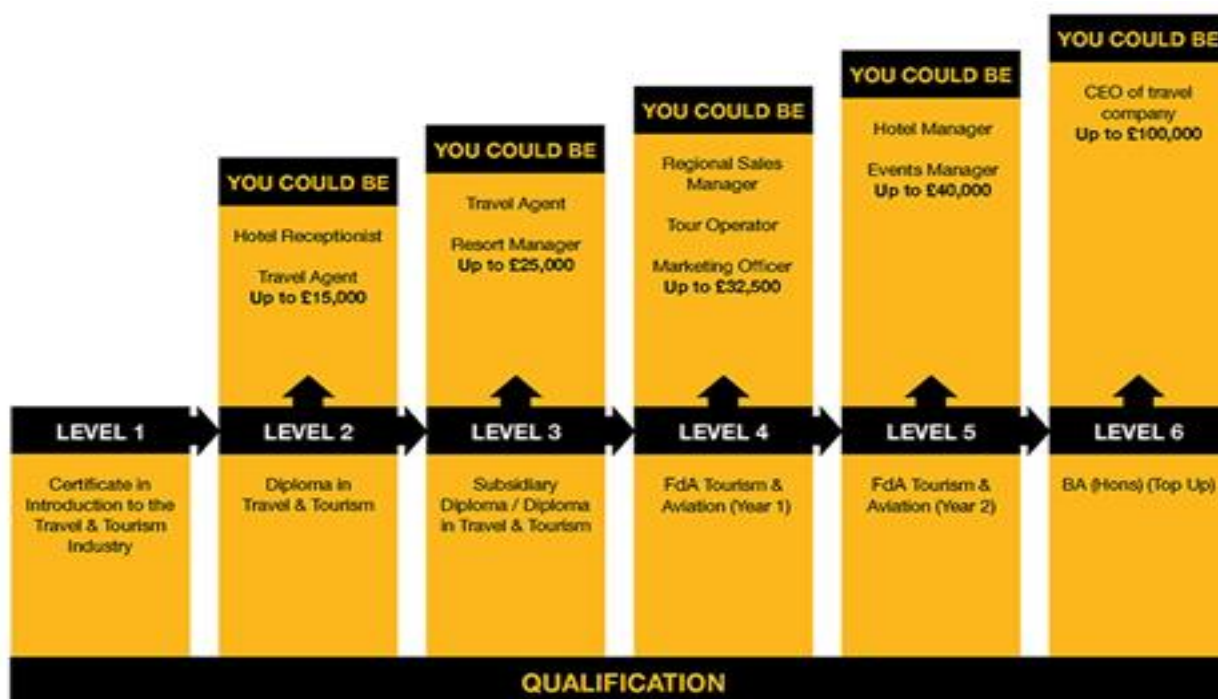
Известный международный эксперт в области высшего образования П. Скотт, выступая на конференции Ассоциации Европейских Университетов (1999), в рамках которой состоялось обсуждение направлений развития европейской политики в области университетского образования (по случаю 600-летия Университета Валенсии), так охарактеризовал положение современного университета в условиях глобализации: «Глобализация – возможно, наиболее фундаментальный вызов, с которым столкнулся университет за всю свою долгую историю, причем более серьезный, чем вызовы, брошенные средневековому университету эпохой гуманизма, научной революцией или революционной Европой, с последующей индустриализацией, урбанизацией и секуляризацией жизни общества, чем вызов тоталитаризма уже в нашем столетии». Проблемы глобализации затрагивают сферу туризма и туристского образования.

Все более широкое распространение приобретают в последние годы такие направления педагогических исследований, как педагогика экологического туризма (воспитание у человека бережного отношения к природе в процессе туристической деятельности), педагогика национального туризма (воспитание бережного отношения к культурным ценностям своего региона в процессе путешествий), профессиональная сравнительная педагогика туризма, цель которой – сравнительная характеристика профессиональной подготовки кадров для сферы туризма в разных странах мира.





Новые направления педагогических исследований



Career pathways in travel & tourism

4. 2. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стержнем педагогического процесса системы обучения в специальном учебном заведении туристского профиля становится учебная деятельность, поэтому исследование системной детерминации учебной деятельности поможет возродить в правах идею всестороннего развития личности, идею, которая определенной мерой была скомпрометирована предыдущей системой общественных отношений через хронический разрыв желаемых результатов и соответствующих действительности.

По мнению К. Куррана, в обобщенном понимании личность – это человек, который выступает как автономный носитель и субъект конкретных человеческих форм деятельности и отношения к миру, которые сложились исторически.

Личность всегда конкретна и исторична, она является продуктом своего времени, тех общественно-экономических отношений, современницей и участницей которых она является.

Справедливо утверждение: личностью не рождаются, ею становятся. Поэтому самой важной идеей в целенаправленном процессе развития личности является идея гуманистической парадигмы личностно-ориентированного образования и воспитания.

Философской основой современной парадигмы образования является ее гуманизация.

Гуманистическая компонента обучения ориентирована на удовлетворение образовательных запросов личности, воспитание высоконравственных общечеловеческих качеств будущего специалиста при наличии таких факторов, как:

- соответствие содержания образования уровню и перспективам развития науки;
- формирование у студента научного мировоззрения на основе правильных представлений об общих и специальных методах научного познания;
- усвоение основных закономерностей процесса познания с позиций диалектики.

По мнению американских исследователей проблем образования (У.Блетц, Ч.Дехтер, С. Зибер, Е.Крекель, В. Лоуден, Д. Ван Буер), образовательная парадигма намечает ряд шагов для успешной реализации учебного процесса:

- требует располагать учебные дисциплины с учетом логики исследуемой научной системы знаний и закономерностей развития научных понятий в сознании студентов;
- учитывает уровень подготовки студентов;
- предусматривает неразрывную связь обучения с формированием мировоззренческих и творческих качеств личности каждого студента;
- настаивает на включении в содержание всех учебных курсов сведений о роли и месте человека в социальном, экономическом и научно-техническом прогрессе, его ответственности за будущее цивилизации и духовных ценностей;
- определяет необходимость подведения студентов к пониманию значения в жизни теории, практики, продуктивной работы;
- содействует развитию у студентов навыков применять усвоенные знания и умения для решения задач практического производственного характера;
- способствует общей ориентации всех исследуемых дисциплин на конечные результаты обучения студентов, связанные с обретением конкретной специальности;
- считает необходимым наличие базисной части содержания учебных предметов и динамической (специальной) части, изменяемой с учетом требований производства к подготовке специалистов, обусловленные объективными особенностями и закономерностями содержания работы специалистов туристского профиля и квалификации;

- учитывает индивидуальные особенности студентов;
- помогает развитию разных видов неформального образования и самообразования;
- ориентирует на применение в просветительно-воспитательном процессе педагогически оправданных средств информационной, компьютерной техники (персональных компьютеров, информационных банков данных и знаний, компьютерных экспертных систем).

Это реформа связана с осознанием необходимости «образования, длиною в жизнь» и «образования, шириною в жизнь». Университеты не только могут, но и должны, обязаны взять на себя эту новую миссию, а значит подвергнуть себя достаточно серьезной трансформации и реконфигурации, чтобы быть способными обслуживать образовательные заказы наиболее высококвалифицированных специалистов своего региона, страны.

В основе методологии подходов педагогического анализа содержания подготовки специалистов сферы туризма лежат принципы гуманизма и конструктивизма.

Реализация идей обозначенной гуманистической парадигмы в учебной деятельности профильного вуза непременно возлагается на принципы индивидуализации и профессиональной заинтересованности обучения. Личностно-ориентированная гуманистическая парадигма оказывает содействие становлению неповторимой индивидуальности, духовности, творческого начала личности. Поэтому стратегическое значение приобретает принцип проблемности обучения в творческом развитии продуктивной учебной деятельности в вузе туристского профиля.

По мнению Д. Баннистера и Ф. Франзеллы, «цель личностноориентированного гуманистического образования – развить человека в человеке, заложить в нем механизм *самореализации, саморазвития, самодетерминации личности*». Достижение этой цели осуществляется при сочетании двух принципов: *системности и детерминизма* учебной деятельности в высшей школе.

Американский исследователь проблем высшего образования В. Бирч отмечает, что принцип соответствия социально-психологических особенностей участников занятий специфике обучения играет важную роль в организации учебного процесса, где актуализируются

- принципы сознательной учебно-познавательной активности участников занятий в процессе обучения;
- принцип коллективности обучения, содействующий реализации культуроформирующей функции обучения, обеспечивающий сохранение, передачу, воспроизведение и развитие культуры способами образования и создающий духовную взаимосвязь между личностью и своим народом;
- чувство принадлежности национальной культуре;
- построение собственной жизни в соответствии с национальной культурой.

Принцип коллективности обучения предопределяет также социализацию личности.

Образование в сфере туризма, учитывая его разноплановость и мультидисциплинарный характер, должно заложить механизмы адаптации, рефлексии, сохранения индивидуальности для усвоения и воспроизведения индивидуумом социального опыта без значительных затрат для личности. Все это может стать значащим лишь при условии наполнения соответствующим содержанием учебной деятельности, направленной на удовлетворение потребностей человека: свободного выбора ценностей, действий, позиций в определенных условиях, самостоятельности и ответственности, самоопределения и творчества.

В современных условиях государственного развития Украины этот личностно-ориентированный и гуманистический подход к личности должен наполняться формированием таких качеств личности, как гражданственность, единство мировоззренческих, профессиональных, моральных принципов.

Гражданственность личности, по мнению А. Моншаблон и С. Перетти, является первоочередным условием единства материального (или научно-технического), морального и социального прогресса в развитии молодого государства. Чрезвычайно важен национальный аспект формирования личности.

К.Ушинский утверждал: «Как нет человека без самолюбия, так нет человека без любви к родине, и эта любовь дает воспитанию надежный ключ к сердцу человека и мощный оплот для борьбы с его плохими личными, семейными и родительскими наклонностями».

Особенно актуальны требования к воспитанию гражданственности работников сферы туризма, непосредственно общающихся с представителями других стран.

Признавая ведущей детерминанту содержания образования, важно выявить перспективы ее реализации в учебной деятельности в условиях высшей школы сферы туризма. Для этого рассмотрим элементарную модель системной детерминации учебной деятельности в высшей школе. Основная идея заключается в том, что этот процесс можно назвать самодетерминацией, самодвижением, саморазвитием, проектирующим содержание образования.

К. Кули утверждает, что человеческая субъективность в своей самой высокой (сознательной) форме оказывается не только в отраженном образе (функция знания), не только определяется значимостью данного содержания для субъекта (функция оценки «личностного смысла»), но и побуждает его к определенному действию (функция понуждения).

Р. Шеперд и К. Купер утверждают тот факт, что существенную характеристику учебной деятельности в вузе туристского профиля составляют компоненты новизны и творчества.

Учебной деятельности присущие не только динамика в определенных границах, набор альтернатив, а непременно еще и становление качественно нового, которое не просто отыскивается в мире, а утверждается личностью в процессе учебной деятельности.

Существенную характеристику учебной деятельности в вузе туристского профиля составляют компоненты новизны и творчества. Учебной деятельности присущи не только динамика в определенных границах, набор альтернатив, но еще и становление качественно нового, которое не просто отыскивается в мире, а утверждается личностью в процессе учебной деятельности. В исследовании учебной деятельности во внимание берутся мотивационная ориентированность и направленность деятельности субъекта.

Мотивация как форма существования «личностного смысла» по выражению выдающего педагога и психолога О. М. Леонтьева: «субъективная мотивация в форме направленности личности не имеет «наиндивидуальной» формы своего существования и потому теснейшим образом связана с реальностью субъективного мира».

Мотивация представляет собой продукт социального развития человеческой психики: мотивационная функция психического лишь у человека достигает сознательной и индивидуально-регулятивной (побудительной) активности. Основа мотивации обучения в учебном заведении туристского профиля – это возможность путешествовать, познавать мир, учиться и совершенствоваться, создание инновационного туристского продукта, значительные изменения в социальном поведении людей, появление непривычных «экзотических» форм странствий.

Именно в эпоху глобализации перед специалистами сферы туризма стоят очень ответственные задачи, решение которых является насущной потребностью современного этапа развития человечества. Именно туристское образование служит основой решения многих проблем сферы туризма. В туристском образовании очень важное место занимает изучение всех аспектов туристической деятельности.

Поэтому, исходя из классической трактовки термина «профессиональное образование», можно определить содержание такого понятия, как туристское образование.

Туристское образование – это подготовка специалистов разных уровней квалификации для трудовой деятельности в сфере туризма в специализированном учебном заведении с обязательным изучением цикла туристских дисциплин, со специально разработанными курсами в качестве профессиональной программы и практикой на туристском предприятии.

Туристское образование является составной частью единой системы народного образования, содержание которого включает в себя такие компоненты, как:

- углубленное знакомство с научными основами теории туризма и технологией избранного вида труда;
- прививание специальных практических навыков и умений;
- формирование психологических и моральных качеств личности, важных для работы в туристской сфере. Понятие «туристское образование» трактуется также как совокупность знаний, навыков и умений, овладение которыми дает возможность трудиться специалистом высшей и средней квалификации в сфере туризма.

Современная наука «профессиология», по мнению теоретиков профессионального образования (Х. Бланкертц, А. Шелтен), основой профессиональной деятельности считает такие категории, как:

- труд, деятельность;
- профессиональные квалификационные модели;
- профессиография;
- интеграция, дифференциация и классификация профессий;
- профессиональное самоопределение;
- ориентация и адаптация;
- профессиональный отбор.

Важной предпосылкой обучения в туристском учебном заведении является **профессиональное самоопределение** – это процесс принятия решения личностью относительно выбора будущей трудовой деятельности.

По мнению А. Шелтона, профессиональное самоопределение – поиск и нахождение личностного смысла в выбираемой, осваиваемой и уже выполняемой трудовой деятельности.

Оно проявляется в осознании личностью себя как субъекта конкретной профессиональной деятельности – в нашем контексте в сфере туризма – и предполагает самооценку человеком индивидуально-психологических качеств и соответствия своих возможностей психологическим требованиям профессии. Важным аспектом в получении образования является мотивация выбора профессии и побудительная направленность мотива выбора, которая представляет собой не только акт познания, но и акт управления и детерминации действий человека.

В этом контексте можно говорить о дидактическом ориентировании, которое состоит из двух фундаментальных положений:

- I. Научно-профессиональная теория.
- II. Практическое ориентирование.

В развитии туристского образования важное место занимает **профессиография** – технология изучения требований профессии в сфере туризма к личностным качествам, психолого-физическим способностям человека. Эта технология используется с целью обработки информационных, диагностических, коррекционных и формирующих методических и практических рекомендаций относительно обеспечения взаимответственности человека и профессии.

Профессиография обеспечивает постановку практических задач и организацию их решения с целью оптимизации и повышения эффективности профессионального труда. Научное определение профессиограммы разработано известным украинским психологом В. Семиченко.

В обобщенном виде профессиограмма – это описание профессиональных функций специалиста по профилю, на его основании составляется перечень психологических, физиологических, организационных, физических требований к профессионалу. В качестве базовых, они служат для конкретизации обязательных компонентов профессиональной деятельности.

Профессиография в туристической деятельности охватывает разные стороны: социальные, социально-экономические, исторические, технические, технологические, правовые, гигиенические, педагогические, психологические, психофизические и социально-психологические.

На основании профессиограммы специалиста сферы туризма создается модель структурных компонентов его профессиональной компетентности.

Основные характеристики учебного процесса в вузе туристского профиля:

- доступность;
- достоверность;
- творческое отношение к профессии;
- теоретические дисциплины в учебном плане (философия, культура, социология, педагогика туризма и др.).

Важным понятием является также термин «педагогическое ориентирование», основная идея которого состоит в том, что содержание, организация учебного процесса, методы изложения материала, опыт педагога – все должно иметь отношение к будущей профессии.

Практическое профессиональное ориентирование состоит в том, что учебный процесс должен приносить удовольствие. Циклы системной детерминации – это формы непрерывного воспроизведения системы от одного прыжка в ее развитии к другому.

Внутренняя детерминация учебной деятельности реализуется через определенные циклы, которые состояются из нескольких стадий:

- *целевой* (детерминируется потребностями в новом сознании);
- *информационной* (получение информации о совокупности способов, необходимых для достижения цели);
- *идеально-продуктивной* (достижение цели в идеальной форме);
- *объективационной* (опредмечивание идеальных результатов, отражение их в предметных формах). Когда полученные результаты учебной деятельности используются иными субъектами, то она из детерминированного процесса разработки превращается в фактор детерминации дальнейших поисков. В этом состоит технология организации учебного процесса в высшей школе.

Целевая стадия детерминируется потребностями общества в новом сознании, возможностями их удовлетворения и развития, теми общественными условиями, которые вызвали к жизни обозначенные потребности. Она направлена на проектирование учебных занятий в высшей школе туристского профиля. Процесс осуществляется согласно закону единства процессов развития экономического и информационного пространства в соответствии со способом познания и производства, достигнутого в конкретных условиях развития общества, в конкретном регионе мира. Действие этого закона управления социально-коммуникативным процессом и информационным пространством страны предопределяет почтительное отношение к потребностям личности, к заботам об ее благе и всестороннем развитии.

Поэтому целевая стадия в вузах туристского профиля будет не везде одинаковой. Это, прежде всего, связано с различным уровнем экономического, политического и социального развития общества, в котором происходит подготовка специалистов сферы туризма.

Подробный анализ состояния современных дидактических систем подготовки специалистов данной отрасли, проведенный исследователями (Д. Джафари, А. Полок, Д. Ричи, Ф. Ройнер и др.) показывает, что внешние факторы оказывают значительное влияние на формирование потребностей в специалистах соответствующего профиля.

Цель: удовлетворение насущных потребностей. Проработка целевой стадии учебной деятельности в высшей школе обязательно содержит в себе определение места учебного материала отдельной темы в достижении перспективных целей профессионального воспитания и урегулирование разногласий между конкретным материалом отдельного занятия и предложенными программой общими целями обучения. Для этого устанавливается социально-педагогический компонент – мировоззренческие и моральные идеи, заложенные в учебном материале, их отношение к будущей профессиональной деятельности студентов.

Задача: проектирование учебных занятий.

Применение социально-педагогического компонента темы помогает:

- связать перспективные учебно-воспитательные цели с ближайшими тактическими;
- создать мотивационное обеспечение занятия (профессионально-ориентированный момент);
- сформировать у студентов установку на специальность;
- начать трансформацию целей педагога в цели студентов;
- обозначить межпредметные связи;
- осуществить синтез знаний смежных предметов.

Все это определяет практическую направленность целевой стадии, которая служит своеобразным порогом, границей вхождения студентов под свод профессиональной культуры; способствует адаптации умений и навыков к пользованию профессионально-значимыми вещами и мыслями. Профессиональное мышление составляется из специальных знаний и мировоззренческих компонентов. Дидактическим способом, предопределяющим гармонизацию единства абстрактно-обобщенных и личностных факторов будущих специалистов сферы туризма, служит принцип профессиональной заинтересованности обучения. Одним из самых важных условий успешного осуществления этого принципа является органическая связь развитых способностей студентов со стойкой склонностью к избранной профессиональной деятельности.

«Стойкая склонность и полнейшее развитие способностей – взаимообогащение и взаимостимулирование – это и называется профессиональным призванием».

Результат: сформировать установку на специальность. У различных людей развитие и выявление способностей, как структурного элемента призвания, является индивидуальным процессом по своей направленности, темпам и полноте.

Важным структурным элементом призвания является стойкая профессиональная склонность в виде ведущего интереса, центральной потребности и постоянно действующей цели.

В этом отношении учебные заведения туристского профиля все больше завоевывают признание и авторитет, составляя конкуренцию другим специализированным вузам.

Туризм – это явление относительно новое, неизведанное, в некотором роде необычное, очень разноплановое, поэтому каждый может реализовать в нем себя наилучшим образом.

По мнению зарубежных ученых (Р. Олрайт, М. Борнштайн, Д. Брунер), взаимодетерминация стойкого ведущего интереса личности студента, его центральной духовной потребности и постоянно действующей цели обуславливается действием принципа индивидуализации обучения, имеющего особое значение при подготовке специалистов сферы туризма на современном этапе.

Во многих учебных заведениях туристского профиля разрабатываются индивидуальные программы и учебные планы для привлечения студентов к новым специализациям, что является результатом гибкости системы туристского образования и относительной самостоятельности учебных заведений, готовящих специалистов сферы туризма. Большое внимание уделяется определению профессионального призвания, так как эта сфера может предложить широкий круг специализаций для удовлетворения познавательных потребностей любого студента.

Немецкий ученый Г. Хауг в своем научном исследовании «Тенденции и проблемы обучающих стратегий в высшем образовании Европы» говорит о критериях определения истинности или ошибочности в избрании профессионального призвания.

Их основой служит непосредственная практика в избранной профессиональной деятельности.

Под адекватностью избрания профессии понимается:

- оптимальное соответствие избранной профессии интересам общества;
- реальная возможность воплощения в действительность стойкой склонности к определенной разновидности труда;
- обозначенная адекватность предусматривает определение такого вида деятельности, где могут раскрыться способности личности максимально.

Правильность или ошибочность избрания профессии зависит от сочетания 3 факторов:

- учет или игнорирование общественных интересов;
- наличие или отсутствие стойкой склонности к конкретной разновидности труда в виде постоянно действующей цели;
- (не)соответствие способностей и физиологических характеристик личности объективным требованиям труда в профессии.

Информационная стадия профессиональной подготовки включает в себя технологию получения информации о всех способах достижения цели.

Цель: получение необходимой информации, включая процесс овладения профессиональным мышлением как социальным типом духовной деятельности современных специалистов на основе принципа формирования познавательных, оцениваемых и практических действий.

Особенность этого способа состоит в ориентации субъекта на объективность, обобщенность и производительность. Дидактическим способом, соединяющим технологию профессионального действия с логикой профессионального мышления в вузе служит принцип научности обучения.

Задача: овладеть профессиональным мышлением. В формировании каждой профессии отражается реализация потребностей каждой эпохи.

На современном этапе развития общества все больше потребностей возникает в сфере диалога культур, коммуникативного общения народов, главным способом реализации которых является туризм, как феноменальное явление мира в период глобализации. В развитии потребностей активную роль играет мировоззрение, которое вырабатывает систему ценностей – оценок значимости для человека тех или иных явлений объективной реальности.

Осуществление этих принципов предопределяет взаимодетерминацию истинности и ценности в учебной деятельности. **Результат:** выработка системы ценностей / оценок.

Идеально-продуктивная стадия достижения цели в идеальной форме.

Этот этап учебной деятельности в высшей школе является этапом проработки структуры учебных занятий, что предопределяет системность добытых знаний.

Цель: проработка структуры учебных занятий. Дидактический способ взаимодетерминации таких структурных проявлений интереса, как построение своего жизненного пути в соответствии с действующими объективными закономерностями и развитием общественных условий жизни.

Задача: достижение системности добытых знаний. Эта стадия учебного процесса характеризуется применением в учебной деятельности принципа сознательной учебно-познавательной активности участников занятий.

Результат: осуществление межличностной обратной связи как специфическое условие самоутверждения личности. В стратегиях предоставления и принятия обратной связи отражается уровень развития самоконтроля личности.

Объективационная стадия опредмечивания идеальных результатов в предметных формах духовной культуры.

Цель: оценка полученных знаний. У. Грабб и П. Нортон полагают, что оценка духовного продукта, получение его исполнителем положительного или отрицательного опыта является связующим звеном между циклами духовно-производственной деятельности.

Задача: усвоение положительного опыта., то есть коммуникативно-творческий этап преподавательской работы. Успешному решению проблемы воспитания творческой личности в специалисте сферы туризма служит целесообразное и систематическое применение таких мощных дидактических способов, которыми являются проблемные учебные творческие задачи.

Процесс активизации познавательной деятельности студентов, включающий применение учебных проблемных творческих задач, оказывает содействие созданию предпосылок для развития личности и постоянного усовершенствования структуры познавательной активности – мотивационных, взаимодетерминированных и содержательно-процессуальных компонентов.

Результат: воспитание творческого отношения к процессу познания.

Н. Беннетт считает основой учебного процесса, предопределяющего взаимодействие содержательно-процессуальных мотивационных компонентов, принцип проблемности обучения, когда это не только функциональный, но и развивающийся процесс.

М.Виттрок и Ф. Парлей утверждают, что развитие системы личностно-ориентированного образования нуждается в приближении содержания каждой из детерминированных стадий учебной деятельности к субъективно-личностной сфере общественного индивидуума.

А. Андерсон, Г. Браун, Д. Вестлейк, К. Купер, Р. Шиллкок и Г. Йюл переносят традиционные структурные принципы на туристскую отрасль. Таким образом, рассмотрев технологию организации учебного процесса в вузе туристского профиля, выявили новый гуманистический идеал образования: самореализация и самоусовершенствование, сопровождающие человека в течение всей его жизни. Всякое образование – это подготовка человека к профессиональной деятельности. Профессиональное образование предусматривает развитие и совершенствование таких педагогических компонентов, как:

- профессиональная педагогика;
- педагогика трудовой деятельности;
- педагогическая психология;
- психология учебного процесса;
- педагогическая социология;
- педагогическая антропология.

Эти понятия применимы к сфере туризма, как части общечеловеческой деятельности.

Профессиональная педагогика туризма предполагает единство теории и практики, рассматривает предпосылки, процесс и результаты профессионального обучения в сфере туризма. Практика обучения – это методология освоения профессии, которая разрабатывает концепцию каждой специализации. При реализации принципов профессиональной педагогики выделяют организаторскую и содержательную сторону подготовки специалистов данной отрасли. Профессиональная педагогика туризма делится на такие педагогические аспекты:

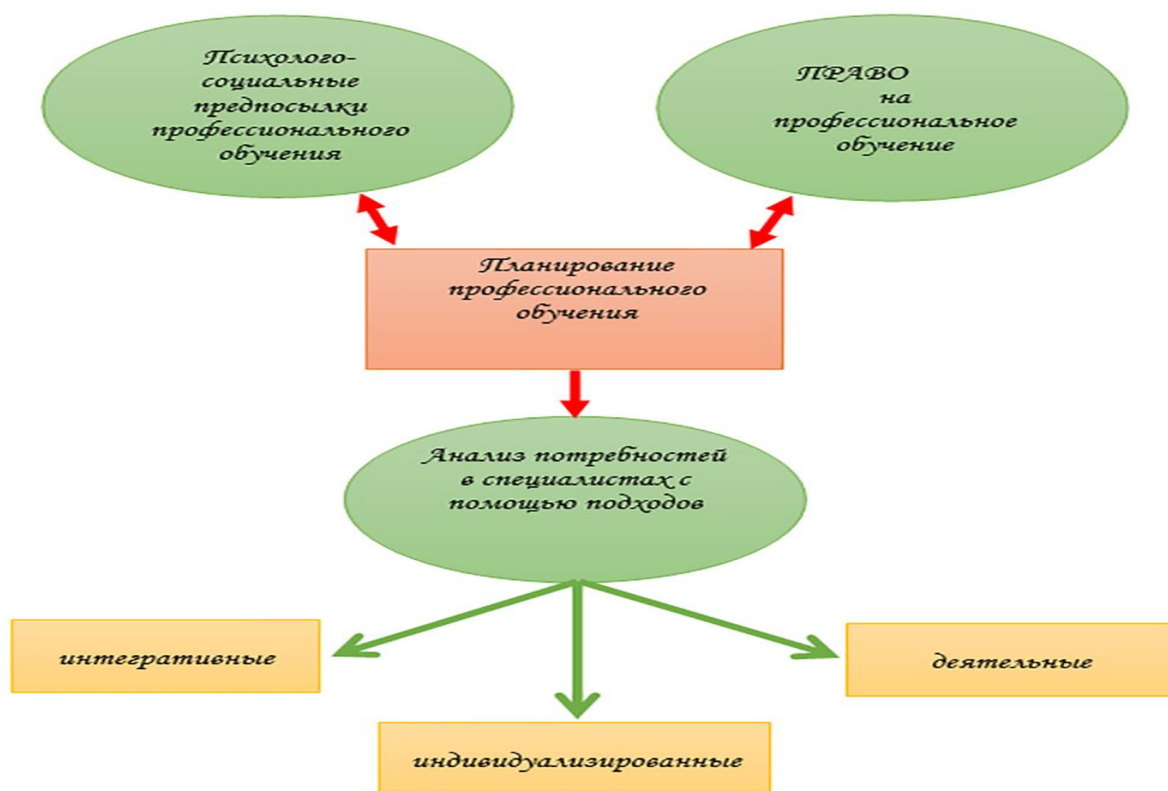
- педагогика сферы услуг;
- педагогика сферы гостеприимства;
- педагогика туристской деятельности (педагогика труда в туристской сфере).

Каждый из приведенных разделов профессиональной педагогики туризма имеет общие компоненты, которые показаны на рис. 4.3: предварительное обучение; профессиональное образование; повышение квалификации; профессиональная переподготовка.

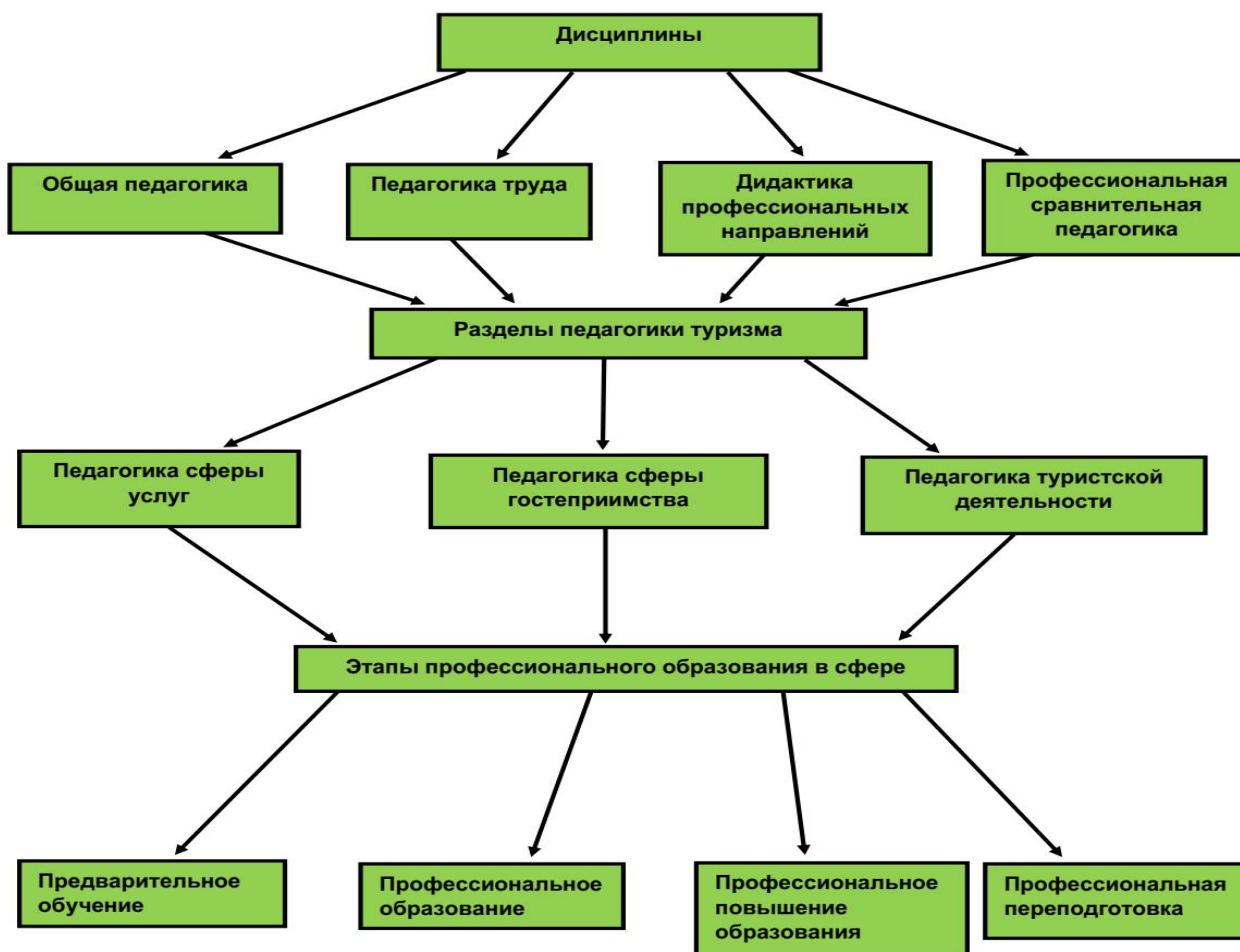
Профессиональная педагогика туризма изучает такие дисциплины, как:

- общая профессиональная педагогика (рассматривает теорию профессиональной педагогики, соответствие содержания и сути предмета);
- педагогика труда (нормы, цели, где приобретать профессию и какую квалификацию);
- дидактика профессиональных направлений;
- профессиональная сравнительная педагогика (опыт других стран).

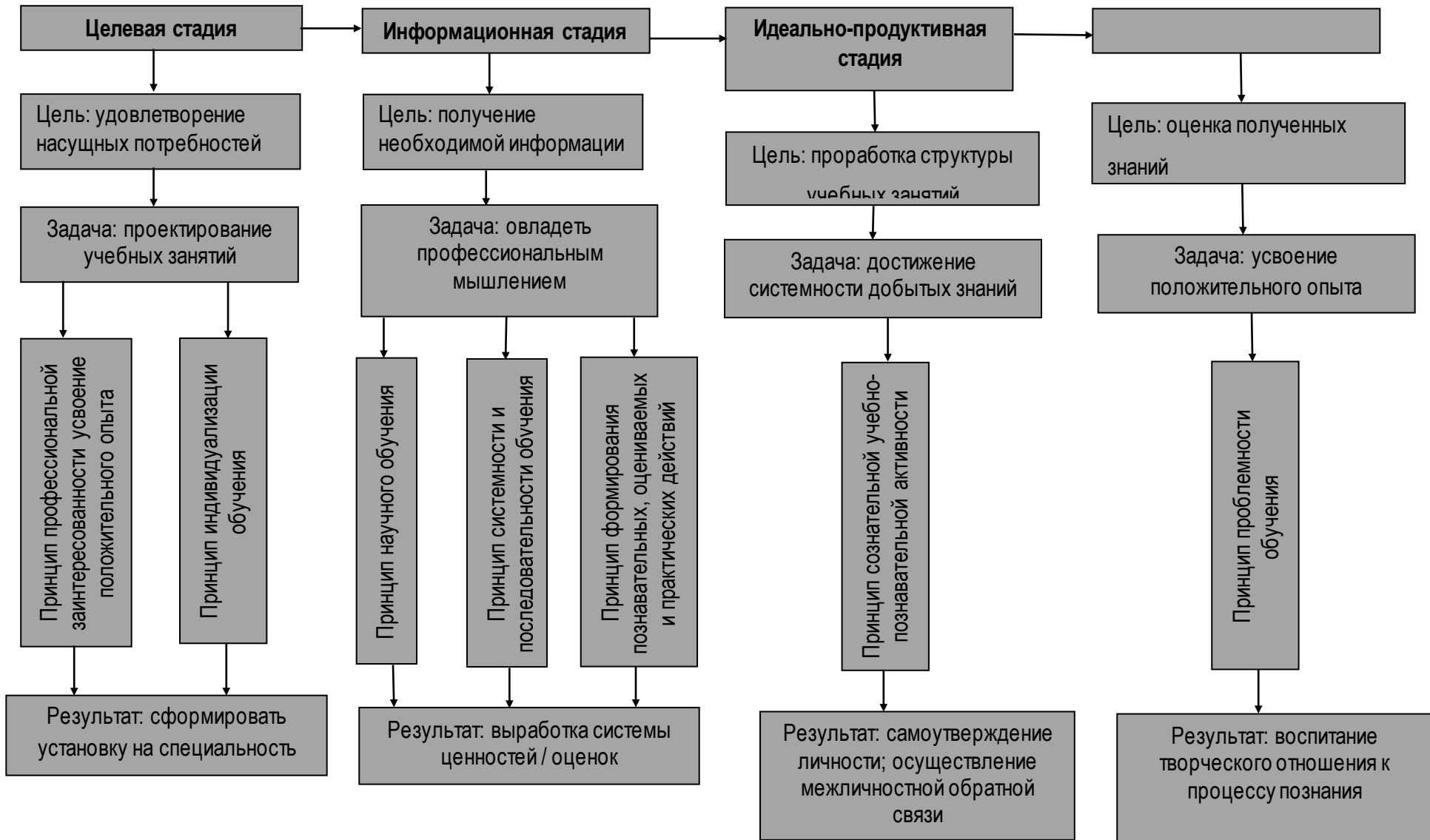


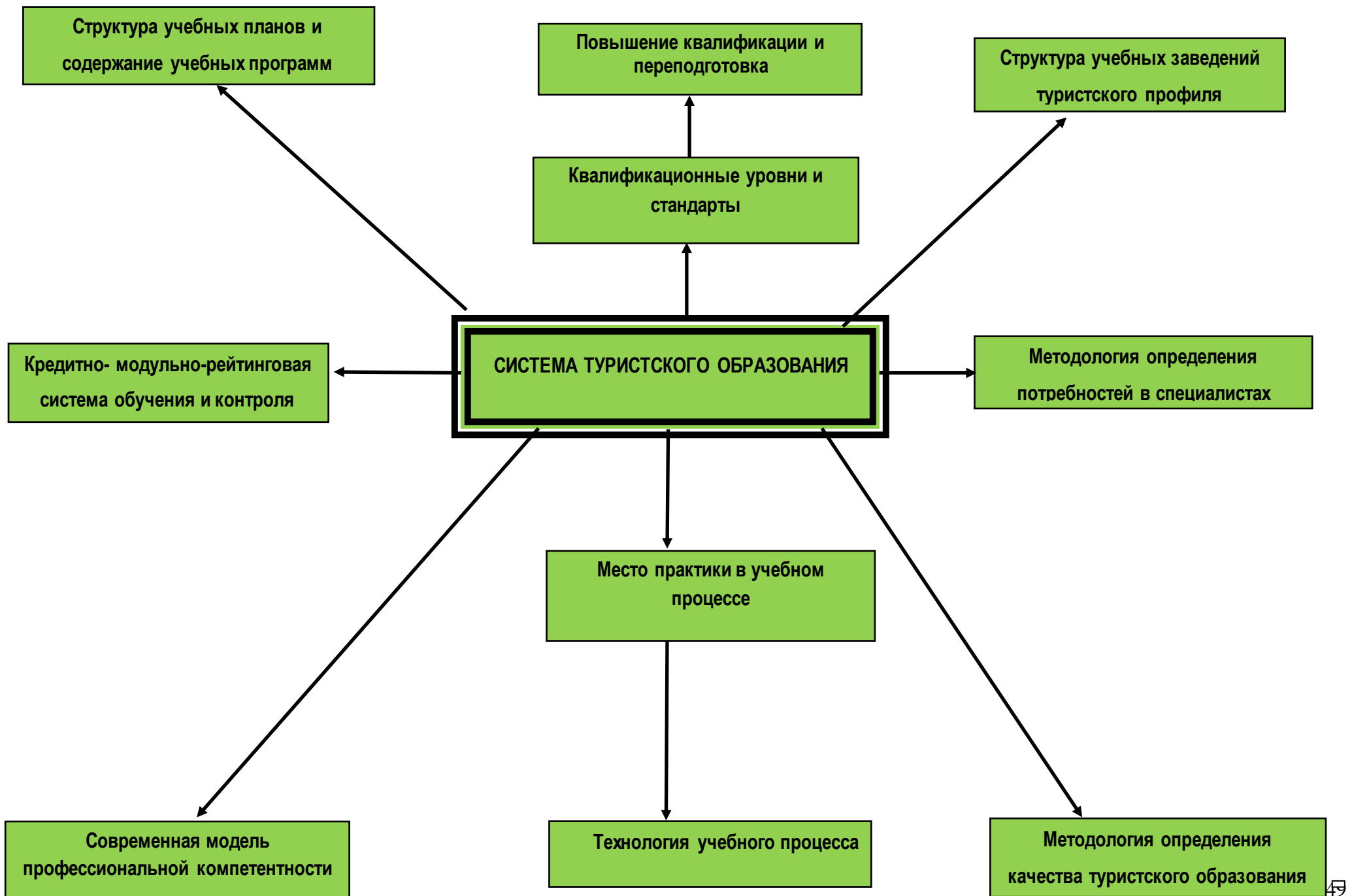


Технология профессионального обучения в сфере туризма



ТЕХНОЛОГИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ





Технология профессионального обучения в сфере туризма

I. Анализ потребностей в специалистах, планирование и осуществление учебного процесса в профильном вузе или на профильном факультете, оценка качества организации обучения, составление учебных планов, решение разнообразных образовательных проблем с помощью методологических подходов: интегративных, индивидуализированных и деятельностных.

II. Психолого-социальные предпосылки профессионального обучения, подразумевающие психологические и социальные характеристики поведения людей в профессиональном общении с учетом их психомоторного и эмоционального развития, что особенно важно в такой сфере, как туризм.

III. Право на профессиональное обучение: общие правовые нормы, закон о труде, инструкции учебного заведения, положения и инструкции профессиональной квалификации.

Ведущим направлением в реформировании образования является переход от принципа «образование на всю жизнь» к принципу «образование через всю жизнь». Существуют основные методические требования: целевые; содержательные; процессуальные.

Эффективность технологического процесса обучения в значительной мере определяется адекватным выбором и профессиональной реализацией конкретных педагогических технологий, которые традиционно называются организационными формами и методами обучения.

На основе функционально-объектного подхода создается перечень специальностей.

В рамках данного подхода первым условием формирования специалиста является освоение трудовой функции, а второе – правильное представление об объекте работы.

При таких подходах требования к качеству подготовки специалистов предусматривают: рассмотрение структуры работы; детальный анализ профессиональных функций специалиста; выявление умений, необходимых для профессиональной деятельности.

В оценке качества подготовки специалистов широко распространяется технология моделирования профессиональной деятельности в учебном процессе, которая разрешает строить заключения о качестве подготовки в процессе самой подготовки.

Деятельный подход, на котором базируется моделирование профессиональной деятельности, обязательно содержит в себе элементы функционально-объектного подхода.

Это означает, что в результате обучения тот, кого учат, приобретает знания, необходимые для овладения профессиональными умениями (практическими и исследовательскими), заданные целями обучения. Основу профессионального образования в сфере туризма составляют четыре фундаментальных компонента: концепция; организационные формы; основы повышения квалификаций; политика и реформирование образования в сфере туризма.

На основе проделанного теоретического исследования педагогических процессов в подготовке кадров для сферы туризма на основе зарубежного опыта было сформулировано понятие концепции системы туристского образования, которая заключается в единстве места обучения, структуры и содержания дидактического образовательного процесса, с обязательной предварительной методологией определения потребностей в кадрах и качества туристского образования, в соответствии с квалификационными уровнями и стандартами, задачами профессиональной подготовки, в непрерывности туристского образования и наличии определенных компонентов профессиональной компетентности специалиста.

Данная концепция системы туристского образования носит универсальный характер: составные 10 элементов концепции являются отличительными чертами всех исследуемых дидактических систем подготовки специалистов для сферы туризма, независимо от региона мира.

I. Методология определения потребностей в специалистах

Для анализа спроса на те или иные потребности в специалистах сферы туризма была выбрана Методология Делфи, с помощью которой анализируются как географические регионы, так и профессиональные уровни.

II. Методология определения качества туристского образования

Методология определения качества образования специалистов сферы туризма, выявляет его конкурентоспособность на мировом рынке труда, учитывая тот факт, что в период глобализации вследствие мобильности трудовых ресурсов рынок труда становится всеобщим.

III. Структура учебных заведений

Профессиональное учебное заведение туристского профиля является местом: где продолжается общеобразовательная подготовка кадров; воспитания; дополнительного образования для профессии; целенаправленного обучения посредством профессии в туристской специализации.

Основой содержания профессионального учебного заведения как места воспитания, является целенаправленное воздействие учебного процесса на воспитание сознательности, трудовой дисциплины, прилежания, достоверности, солидарности и самосовершенствования.

Как место целенаправленного обучения посредством профессии, концепция учебного заведения предусматривает выход на более высокую ступень профессиональной квалификации. На этом этапе рассматриваются проблемные задачи, и идет насыщение учебных планов теоретическими дисциплинами туристского профиля.

IV. Технология организации учебного процесса

В профессиональном учебном заведении туристского профиля она включает в себя два аспекта обучения: обучение во всех формах; обучение на всех уровнях.

Задачи образовательной политики определяют цели, содержание, структуру учебного процесса в соответствии с вузом и учебным планом. В процессе организации учебной деятельности отрабатываются дидактические модели: 1. Учебно-теоретическая модель. 2. Ориентирование на учебную цель.

V. Структура учебных планов и программ

Структуру учебных планов составляют модули профессиональной подготовки для сферы туризма: общеобразовательный; профессиональный; иностранные языки в профессиональном аспекте. Учебные программы в вузах должны максимально точно отражать условия трудовой деятельности.

VI. Место практики в учебном процессе

Практика в профильном вузе занимает большое место и является обязательным компонентом качественного образования по данной профессии: различна по срокам и содержанию в разных вузах и регионах. Место практики определяется потребностями отрасли и возможностями данного вуза.

VII. Кредитно-модульно-рейтинговая система обучения и контроля

С целью объективности оценивания знаний, выявления и развития творческих способностей будущих специалистов сферы туризма вводится кредитно-модульно-рейтинговая система обучения и контроля знаний студентов: кредит (минимальное количество учебных часов на одну дисциплину); учебный модуль (завершенная часть теоретического и практического материала по отдельно взятой дисциплине или теме); модульный контроль (итоговый контроль усвоенного студентом учебного материала в предусмотренный рабочей программой срок); модульная оценка (количество баллов за выполнение контрольного задания по модулю); рейтинговая система оценивания учебной работы студента (методика определения качества знаний и умений с оцениванием результатов за время модульного и семестрового контроля).

VIII. Квалификационные уровни и стандарты

В сфере туристского образования в результате исследования были выделены четыре квалификационных уровня: персонал переднего края; инспекторы; среднее звено управления; высшее звено управления.

При реализации данной концепции необходимо рассмотреть содержание ключевых квалификаций с компонентами: абстрактное мышление; планомерные действия; творчество; способность к общению; готовность и способность работать в команде.

При характеристике квалификаций кадров для сферы туризма можно выделить следующие элементы как виды предметной специализации: для одной профессии (ограниченная значимость); в профессиональном поле (средняя значимость); превышающая профессиональное поле (высшая значимость). Наиболее характерна предметная специализация, превышающая профессиональное поле. Стандарты определяются требованиями ВТО.

IX. Модель структурных компонентов профессиональной компетентности специалиста

Качественные характеристики современного специалиста сферы туризма включают психологические компоненты, профессиональные умения и навыки, теоретические знания по предметам туристского содержания и способность их применения на практике. Обязательными компонентами последнего времени стало владение несколькими иностранными языками и современными компьютерными технологиями.

X. Повышение квалификации и переподготовка

При рассмотрении данных аспектов обычно выделяют три направления: повышение квалификации по требованию предприятия туристской сферы силами самого предприятия; обучение безработных (государственный заказ); индивидуальная переподготовка или повышение квалификации – в таком случае это делает сам работник. Во многих странах разработана концепция ступенчатого туристского образования, каждая ступень которого отличается своими особенностями, целями, структурой и содержанием.

Доступность профессиональной подготовки кадров на протяжении всей жизни человека - единственный способ вооружить его необходимыми компетенциями и способностью быстро и адекватно реагировать на меняющиеся условия



Г Л А В А V

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЛОКАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ

5. 1. СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

Непрерывное образование как альтернатива дискретной системы, которая существовала раньше, рассматривается как новая гуманистично-ориентированная ее конструкция.

Непосредственный результат широкого разнообразия обучения в сфере туризма представляет собой неясную и во многом противоречивую картину. ВТО объединила целый ряд высших учебных заведений мира в единую систему подготовки специалистов туристской отрасли. В нашем исследовании анализируются учебные планы, программы, цели и задачи по подготовке бакалавров, магистров и докторов философии для различных отраслей туристской деятельности в высших учебных заведениях.

В качестве источника профессиональной подготовки, обновления знаний и переподготовки на протяжении всей жизни вузы должны систематически учитывать тенденции, возникающие в сфере труда, науки, техники и экономики. Высшие учебные заведения могут содействовать созданию новых рабочих мест, что, однако, не должно являться единственной самоцелью.

Формирование предпринимательских навыков и поощрение инициативы должно стать главной заботой высших учебных заведений в целях содействия обеспечению занятости выпускников, все больше выступающих не только в роли тех, кто ищет работу, но и в качестве создателей рабочих мест. Высшие учебные заведения должны предоставлять студентам возможность для всестороннего развития своих способностей наряду с чувством социальной ответственности.

Международный Институт Гостиничного Менеджмента в Эссексе (Великобритания) представляет множество избирательных курсов, непрерывно обновляющихся и приспособляющихся к изменяющимся потребностям гостиничной отрасли.

Учебные заведения и администрация находятся в постоянном контакте с профессионалами гостиничной отрасли и научно-исследовательскими учреждениями, гарантируя соответствие учебных планов самым последним достижениям в этой области. Этот институт был пионером в предложении инновационных курсов, сосредотачивающихся на самых последних проблемах гостиничной отрасли. Студенты для получения диплома магистра могут изучать 29 курсов на выбор в течение 18-месячной программы МИГМ в Эссексе.

Модульная система разрешает студентам составлять свою собственную программу обучения, выбирая курсы, лучше дополняющие их предыдущее образование и соответствующие их профессиональным целям, делая выбор из многочисленных европейских специализированных курсов в этой сфере. Избирательные курсы могут быть отобраны из учебного плана МИГМ плюс каталог по общему бизнесу и курсов иностранного языка.

Прикладное, диалоговое обучение позволяет студентам приобретать навыки, необходимые для анализа и использования информации в сфере перспективного управления. Проекты максимально приближены к жизни, анализ социологических исследований доказал успешность обучения студентов по данной программе в деле приобретения аналитических навыков.

Студенты получают постоянную информацию о результатах своего обучения в МИГМ.

Программа устанавливает сочетание нескольких форм оценки типа экспертиз, контрольных опросов, анализа социологического исследования, самостоятельной работы, создания проектов.

Эти методы требуют от студентов особого прилежания для выполнения заданий во внеаудиторное время. Программа рассчитана на 18 месяцев плюс 3-месячная Интернатура в системе управления. Каждый курс составлен из 30 часов аудиторных занятий и приблизительно 60 часов работы вне аудитории. Для каждого курса (минимум = двум кредитам), по которому обучается студент, разработана система оценок. В течение каждого триместра, студент должен пройти от 5 до 7 курсов и завершить обучение в течение полных 34 кредитов для получения диплома о высшем образовании (300 час.) (13 обязательных курсов и 21 предмет на выбор).

Студенты МИГМ, отобранные согласно их академической успеваемости в течение первого года, имеют возможность провести семестр, обучаясь по магистерской программе в Корнуолле. Соответственно студенты университета в Корнуолле могут по обмену обучаться в Эссексе. Учебные курсы, разработанные по данной программе университетов Корнуолля и Эссекса полностью соответствуют друг другу.

В учебном плане института есть несколько программ обучения для получения дипломов магистра по разнообразным специализациям в сфере гостиничного хозяйства.

Диплом магистра предусматривает написание диссертации по научному исследованию какой-либо проблемы туристской отрасли. Для получения диплома магистра МИГМ по специализации «Управление гостиничной отраслью» создана программа совместно Университетами Корнуолля и Эссекса и аккредитована при Министерстве образования Великобритании. Программа МИГМ – единственная программа в Европе, аккредитованная на таком уровне.

Диплом МИГМ по этой специализации признается самым высшим документом в Европе. Выпускники успешно занимают высшие административные и управленческие должности или завершают написание докторских диссертаций в ведущих международных университетах.

В 2005 году общее число студентов-аспирантов, получивших различные гранты на научные исследования составило 250 человек. Анализ обучения в данном вузе позволяет сделать выводы о целесообразности использования данного опыта в нашей системе профессиональной подготовки кадров: развивать качественно и количественно структуру и содержание образовательных модулей и усиливать партнерство между профильными вузами.



Афинский Университет им. Каподистрия является старейшим высшим учебным заведением в Греции, начиная с 1837 года, – через несколько лет после основания греческого независимого государства. Он стал первым университетом не только в Греции, но и на Балканах и во всём восточно-средиземноморском регионе и имел 4 факультета: теологии, права, медицины и искусств (прикладные науки и математика). Для 120 студентов преподавали 33 профессора. В структуре вуза – 5 институтов (20 факультетов), 5 независимых факультетов.

До того, как университет получил своё современное название в честь первого президента Греции Иоанна Каподистрии, он был известен как университет Оттона – по имени первого короля Оттона Баварского. В ноябре 1841 года занятия были перенесены в новый построенный корпус. Проект сооружения выполнил датский архитектор Теофил фон Хансен – известный как автор Афинской трилогии: помимо университета составляют Национальная библиотека Греции и Национальная академия. В период между 1895 и 1911 годами университет ежегодно принимал в среднем 1000 студентов.

После окончания Первой мировой войны количество новых студентов впервые достигло 2000. С 1954 года по просьбе университета количество студентов определялась квотами Министерства образования и религии Греции. Афинский Университет с его коллективом преподавателей, студентов и администраторов, предлагает высокий уровень образования.

Согласно рейтингу **QS World University Rankings**, в 2013 году Университет им. Каподистрия вошел в **топ-200** лучших университетов мира по специализациям.

Здесь работают лучшие ученые и профессора, ведущие научную деятельность и руководящие крупными европейскими проектами. Многие из этих опытных преподавателей также читают лекции и проводят семинары в университетах Европы и Америки.

Инфраструктура университета обширна и разнообразна. Здесь расположены корпуса теологии, философии, медицины, права, экономики, политических и естественных наук.

В первую очередь для успеха своих студентов деятельность Университета направлена на разностороннее международное сотрудничество. Это активное участие в Европейской Программе Непрерывного Обучения (LLP), участие в европейских образовательных программах научного сотрудничества и мобильности, заключение международных двусторонних соглашений научного сотрудничества с вузами и участие в международных независимых программах, членство в международных университетских организациях, ассоциациях и сетях, развитие международных совместных программ для аспирантов, контроль кандидатских диссертаций.

Университет уделяет особое внимание продвижению своей высокой образовательной и культурной работы. Укрепление отношений университета с общественностью и организация культурно-массовых мероприятий, работа исторического музея Афинского университета, активное участие в формировании текущих событий европейского и международного образования и культуры играет важную роль в формировании культурных ценностей у молодежи.



Технологический Институт Туризма в Афинах создан для подготовки, переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов в области туризма.

Учебная программа института охватывает предмет науки управления со специализацией в области реализации туристического бизнеса в целом, частном и государственном секторах.

Целью института является исследование существующих и перспективных мировых туристических направлений, изучение привлекательности для туриста различных районов мира, инновации в области международного туризма.

Тематические направления:

- Менеджмент туризма
- Коммуникационные системы
- Социология туризма
- Финансовая математика
- Макроэкономика
- Статистика
- Кулинарные классы
- Организация и управление турфирмы
- Трудовое право
- Туристический продукт
- Управленческий учет
- Авиабилеты - билеты
- Экономика туризма
- Маркетинг туризма
- Управление человеческими ресурсами
- Количественный анализ
- Исследование туристического рынка
- Международные системы бронирования
- География
- Иностранные языки (английский, немецкий, французский, итальянский)
- Бизнес управление
- Общее управление туризма



Высший Институт Туризма о. Крит и о. Родос

Остров Крит – самый крупный остров в Греции (площадь 8 336 кв. км) и обладает самой протяженной береговой линией (более 1 000 км). Остров Родос – один из самых красивых островов в мире. Институт туризма на Родосе был открыт в 1937 году.

За многолетнюю практику он выпустил более 200 000 студентов – специалистов своего дела, широко востребованные как в Греции, так и во всем мире. Институт туризма на Крите открылся в 1995 году. Главная особенность – последующее трудоустройство своих студентов.

Студенты используют методические работы и учебники лучших профессоров всего мира, что позволяет им применять свои знания и быть востребованными специалистами на мировом рынке. Структура институтов имеет схожее построение. Знания, которые даются в Высшем Институте Туризма, позволяют быть профессионалом не только в сфере обслуживания, но и руководить своим рестораном, гостиницей или целым комплексом по обслуживанию туристов.

Здесь научат быть руководителями, анализировать конкурентоспособность туристических компаний, управлять персоналом и видеть перспективы развития бизнеса. На базе Институтов проходит множество обучающих встреч, семинаров, конференций с представителями и профессорами европейских вузов, давно работающих и ведущих бизнес в сфере туризма.

Это позволяет студентам получать информацию из первых рук и принимать эффективные решения в зависимости от состояния туристического рынка в стране.

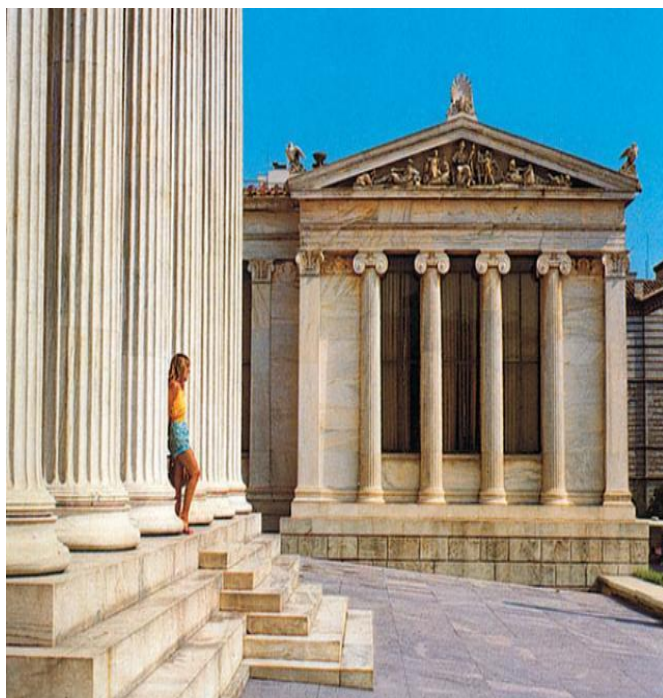
Высший Институт Туризма является активным членом программы ERASMUS и имеет соглашения об обмене студентов во всей в континентальной Европе, Америке и Азии, что открывает широкие перспективы для студентов.

Тематические направления о.Крит:

- Введение в туризм
- Кулинария
- Финансовая математика
- Основы менеджмента
- Основы экономики
- Массовое производство продуктов питания
- Бизнес и статистика
- Принципы бухгалтерского учета
- Организация и эксплуатация
- Прием и бронирование
- Экономика туризма
- Архитектура – отеля, оборудования
- Психология и социология
- Ведение счетов клиентов
- Компьютеризация отелей
- Туризм географии Греции
- Трудовые отношения
- Английский туристической терминологии
- Финансовый менеджмент
- Межкультурная коммуникация и образование в сфере туризма
- Профессиональный туризм
- Предпринимательство в сфере туризма
- Обслуживание гостиницы

Тематические направления о.Родос:

- Отели и общественное питание
- Поставка продуктов и оборудования
- Планирование бизнеса делового туризма
- Финансирование туристического бизнеса
- Ведение счетов клиентов
- Контроль и управление персоналом в туристическом бизнесе
- Исследование рынка продаж туристских товаров и услуг
- Бюджет доходов – расходов
- Приём и бронирование
- Туристическая информация
- Разработка и исполнение путешествия
- Планирование массового туризма
- Практика менеджера
- Технично-экономический анализ создания – расширения туристического бизнеса
- Английская туристическая терминология
- География Греции



Технологический Институт Туризма Игуменцы

Игуменца – небольшой портовый город, окруженный зелеными холмами. Здесь находится Технологический Институт Туризма, основанный в 1994 году. Институт выпускает дипломированных специалистов-руководителей. Во время обучения преподаватели делают акцент на предметах, связанных с информационными технологиями, иностранными языками, психологией и навыками общения. Образовательная программа построена и адаптирована к программам европейских вузов, что позволяет студентам после окончания Института работать в странах Европы.

Главный корпус построен в стиле модерн. Аудитории Института большие и светлые, с мультимедийными экранами и сопутствующим электронным оборудованием. Технологический Институт г. Игуменца в рамках учебной программы проводит множество конференций и съездов. Для студентов организовываются поездки по отелям и туристическим комплексам Греции, где каждое лето студенты имеют возможность работать и проходить практику.

Тематические направления:

- Микроэкономика
- Информационные системы
- Туризм
- География
- Финансовая математика
- Коммерческое право
- Психология
- Статистика
- Маркетинг
- Социология
- Экономика
- Трудовое право
- Бухгалтерский учёт
- Система бронирования
- Спорт
- здравоохранение
- Менеджмент
- Развитие туристического рынка
- Реклама
- Корпоративные финансы



Технологический Институт Туризма г. Пирей

Пирей – главный портовый город в районе Афин. Порт Пирей принимает около 20 млн. туристов в год. Он является самым большим пассажирским портом Европы и одним из крупнейших портов в мире. Здесь, в центре города, расположен Технологический Институт Туризма.

Он подготавливает руководителей туристических предприятий, которые мыслят широко и по-новому. Внедрение новых технологий и инновационных знаний позволяет Институту выпускать одних из лучших профессионалов в сфере туризма. Учебные программы Института соответствуют программам европейского образца, что открывает студентам новый подход к созданию бизнеса и работе в обслуживающей сфере. Институт уделяет много времени иностранным языкам, гуманитарным, экономическим и правовым наукам.

Университет всячески способствует развитию потенциала своих учеников, проводя международные конференции и семинары, и участвуя в программах, финансируемых Европейским Союзом. У студентов есть возможность пройти курс обучения в туристических и управленческих университетах Европы по программе ERASMUS, членом которой является Пирейский ТЕИ.

Учебные программы Института соответствуют программам европейского образца, что открывает студентам новый подход к созданию бизнеса и работе в обслуживающей сфере.

Благодаря этому его выпускники являются достойными кандидатами на работу в лучших компаниях Европы и мира. Институт уделяет много времени иностранным языкам, гуманитарным, экономическим и правовым наукам. Благодаря этому его выпускники являются достойными кандидатами на работу в лучших компаниях Европы и мира. У студентов есть возможность пройти курс обучения или продолжить его в туристических и управленческих университетах Европы по программе ERASMUS, членом которой является Пирейский ТЕИ.

Тематические направления:

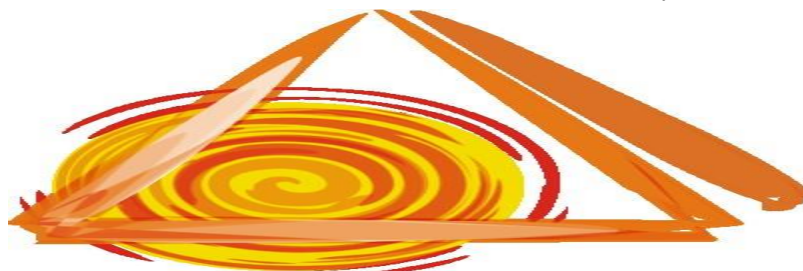
- Частное право
- Финансовый учёт
- Публичное право
- Микроэкономика
- Количественные методы
- Коммерческое право
- Статистика
- Социология
- География
- Менеджмент
- Экономика туризма
- Право Европейского Союза
- Финансы
- Кулинария
- Психология
- Иностранный язык
- Морское право
- Система бронирования



Технологический Институт Туризма в г. Лариса

Лариса – древний город, пятый по величине город Греции, столица такой же древней греческой области Фессалия, который на сегодняшний день, в XXI веке, является крупным современным городом, торговым и промышленным центром, сочетающим в себе одновременно и черты одного из старейших городов мира и ультрасовременные мотивы. Находится Лариса в 350 км от Афин и 154 км от Салоник. В центре города расположен Технологический Институт Туризма.

Первые его департаменты были открыты в 1983 году. Это современный Институт выпускает высококвалифицированных специалистов, востребованных как в Греции, так и по всей Европе. Технологический Институт Туризма города Лариса молодой и перспективный профильный институт, успешно работающий на рынке образовательных услуг в сфере туризма и гостеприимства. Учебная программа института охватывает предмет науки управления со специализацией в области реализации туристического бизнеса в целом, частном и государственном секторах. Одним из главных принципов работы института – ориентация обучения конкурентоспособности студентов и достижение конкретных практических результатов.



Тематические направления:

- Политическая экономика
- Бухгалтерский учет
- Информатика
- Финансовая математика
- Коммерческое право
- Маркетинг
- Социология
- Экономика
- География
- Иностранный язык
- Анализ туристского рынка
- Планирования и развития туризма
- Система бронирования
- Авиабилеты
- Международный туризм и право
- Реклама
- Психология
- Социология



Технологический Институт Туризма в г.Салоники

Салоники – второй по значимости город после Афин, столица северной Греции. В нем собраны памятники всех исторических периодов: от византийских церквей и замков до различных античных экспонатов, здесь родились и начали свою работу Кирилл и Мефодий.

Технологический Институт Туризма г. Салоники был основан в 1983 году. Это второй по величине технологический институт Греции. Институт предлагает высокое качество программ, которые помогают студентам мыслить оригинально и по-новому. Студенты работают и обучаются вместе с учеными-практиками, которые являются экспертами в своей области.

Преподаватели проходят практики вместе со студентами, чтобы ознакомиться с лучшими подходами в целях обеспечения лучшего понимания выбранной области исследования.

Технологический Институт занимает высокую позицию по уровню качества обучения, имеет высокий рейтинг среди университетов мира. Он постоянно обновляет свои информационные и образовательные ресурсы, информацию в библиотеках и вычислительном центре, развивает многосторонние связи и контакты с множеством греческих туристических предприятий через студенческие стажировки, участвует в международной туристической выставке «Гостеприимство», сотрудничает с зарубежными организациями в европейских программах: «COMETT», «TEMPUS», «LEONARDO», «MED-CAMPUS».

Институт активно участвует в программе SOCRATES, финансируемой ЕС, является членом программы Erasmus University Charter. ERASMUS предлагает студентам, которые успешно завершили свой первый год обучения, возможность провести часть своего образования (от трех до двенадцати месяцев) в вузе-партнере в другой европейской стране.



Тематические направления:

- Экономика
- Введение в туризм
- Финансовая математика
- Трудовое право
- Коммерческое право
- Финансовый учёт
- Статистика
- Психология
- Социология
- Управление туризмом
- География
- Маркетинг
- Архитектура
- Планирование путешествий
- Спорт
- Реклама в индустрии туризма
- Система бронирования
- Туристский пакет
- Кулинария



Технологический Институт Туризма г. Патры

ТИТ г.Патры расположен в тихом и уютном района всего в 4 км от центра города.

Тематические направления:

- Микроэкономика
- Финансовая математика
- Финансовый учёт
- Социальные науки
- Маркетинг
- Социология
- География
- Управленческий учёт
- Экономика туризма
- Туристическое законодательство
- Статистика
- Финансовый анализ
- Менеджмент
- Политическая география
- Гостиничный бизнес
- Информационные системы
- Иностранный язык
- Административное право
- Коммуникация и связь
- Психология



Институт является активным членом программы ERASMUS, предлагающей студентам, успешно завершившим первый год обучения, возможность получить образование (3-12 месяцев) в вузе-партнере в другой европейской стране. ТИТ имеет двусторонние соглашения с туристическими организациями Греции и мира.

Университет Центральной Греции

Город Ламия – это столица Фтиотида и центр крупного сельскохозяйственного региона в 180 км от Афин. Университет Центральной Греции – государственный университет города Ламия. Первый набор студентов состоялся в 2004 году на факультет информатики, а в 2005 был открыт факультет экономического развития региона. Университет имеет два студгородка в Ламии и в Левадии. Левадия – прекрасный городок, расположенный в 130 км к северу от Афин. На востоке и юго-востоке от города находится горный массив Парнас.

Город пропитан духом мифов и легенд. Кстати, именно здесь родился национальный герой Греции, пират и полковник российской армии Ламброс Кацонис.

Университет Центральной Греции заботится о комфорте своих студентов. Университет активно участвует в международных выставках и научных съездах, проводит конференции с лучшими учеными Греции и Европы, разрабатывает проекты государственного значения в сфере информационных технологий, а также вносит весомый вклад в развитие региона.

Цель Университета – научить своих студентов мыслить шире, принимать лидерские решения, развить качества конкурентоспособных профессионалов своего дела, востребованных не только в Греции и Европе, но и во всем мире.

Факультет Регионального и Экономического Развития старается подготовить специалистов способных эффективно и качественно решать возникающие проблемы и достигать поставленные цели, с использованием современных информационных технологий. Много внимания уделяется научной работе студентов, проводятся семинары по актуальным проблемам экономики и развития.

Семестр 1:

1. Английский язык
2. Введение в экономику
3. Информатика
4. Статистика
5. Социология
6. Частное право

Семестр 2:

1. Английский язык
2. Математика
3. Макроэкономика
4. Статистика
5. Публичное право
6. Введение в политологию

Семестр 3:

1. Бухгалтерский учет
2. Макроэкономика
3. Микроэкономика
4. Предпринимательское право
5. Маркетинг

Семестр 4:

1. Греческая экономика
2. Микроэкономика
3. Эконометрика
4. Финансовый учёт
5. Международное право

Семестр 5:

1. Английский язык
2. Экономика организаций
3. Эконометрика
4. Экономическая география

Семестр 6:

1. Английский язык
2. Матпрограммирование
3. Экономика туризма
4. Статистика
5. Международная экономика
6. Предпринимательство и инновации

Семестр 7:

1. Экономические термины
2. Анализ рынков
3. Географическая информационная система
4. Финансовый менеджмент
5. Экономика сельского хозяйства
6. Экономика окружающей среды

Семестр 8:

1. Управление человеческими ресурсами
2. Энергетика
3. Экономика транспорта
4. Предпринимательство и инновации
5. Экономика туризма



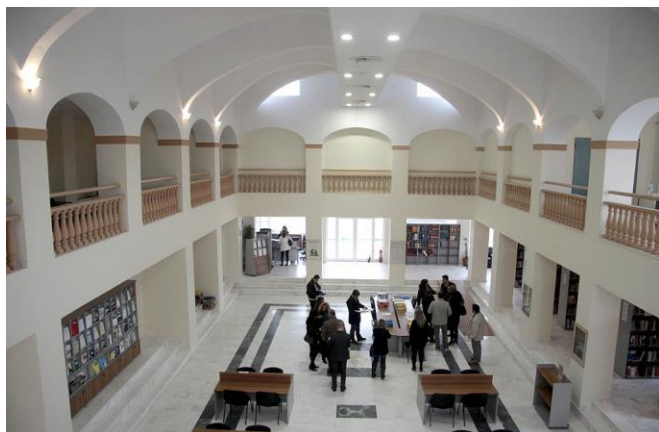
Международный Греческий Университет (The International Hellenic University – IHU) – первый государственный университет Греции, где программы преподаются исключительно на английском языке. МГУ был учрежден в октябре 2005 года в Салониках; финансируется Европейским Союзом и греческим государством; имеет международный преподавательский состав и студентов из многих стран мира: Албания, Азербайджан, Армения, Болгария, Хорватия, Бельгия, Грузия, Литва, Мексика, Молдова, Румыния, Россия, Словакия, Судан, Камерун, Турция, Украина и США. Все общение с администрацией и преподавателями происходит на английском.

При поддержке греческого государства и регионального бизнес-сообщества, IHU нацелен на развитие в качестве одного из ведущих исследовательских и научных учреждений Европы. IHU обладает сильным международным преподавательским составом и выдающимися студентами из стран Юго-Восточной Европы, Черноморского бассейна и других европейских стран. Все степени, присуждаемые этим университетом, аккредитованы правительством и признаются в Европейском Союзе и за рубежом. МГУ имеет в составе ученых, исследователей и педагогов, работающих в тесном взаимодействии с приглашаемыми иностранными преподавателями.

Программы университета были разработаны специалистами, имеющими опыт в разработке учебных курсов и последипломных программ, как из греческих университетов, так и из ведущих международных университетов. Мультикультурная среда МГУ является гарантией обмена идеями и сотрудничества между студентами с разными культурными традициями.

Университет включает в себя три школы:

- Школа экономики, бизнес-управления и правовых исследований.
- Школа гуманитарных наук.
- Школа науки и технологий.



Ведущий институт в Греции – **Институт Гостеприимства и Туризма LE MONDE** в Афинах – ведущий институт в сфере гостиничного дела и туристских исследований Греции.

Это частное учебное заведение, полностью ориентирующееся на туризм, в составе двух факультетов. Первый – использует независимую структуру под патронажем Министерства Просвещения Греции с установленными международными стандартами.

Другой – работает в пределах государственной структуры с официальными полномочиями Министерства Просвещения. Предлагаемые программы распространяются на сферу управления гостиничной отраслью, самой развитой отрасли в Греции – управление в:

- сфере гостиничного хозяйства;
- сфере туризма;
- секторе «Продовольствие и напитки»;
- секторе «Мультипликация гостиниц»;
- секторе программ по подготовке специалистов по кулинарному делу.

LE MONDE имеет самые тесные связи с туристской промышленностью в Греции и за границей. Каждый год многие студенты и выпускники участвуют в программах обучения, наряду с образовательными программами Школ туризма в Швейцарии и Великобритании: работа в различных гостиницах и на туристских предприятиях; предоставляют студентам выбор продолжить и завершить свое обучение за границей. В сфере исследований и консультационных услуг в последнее время начаты интенсивные работы.

LE MONDE считается специализированным институтом с экспертами в сфере туризма.

Более 500 гостиниц и туристских предприятий обратились в 2016 году по поводу консультационных услуг по следующим проблемам: услуги в подборе кадров; обучение и подготовка персонала; эксплуатационное управление; содействие в продвижении по службе; продовольствие и методы производства. Одна из самых успешных программ по специализациям «Гостиничный менеджмент» и «Туристский менеджмент» состоит из четырех основных направлений: теория; практика; знание иностранных языков; повышение квалификации.

В течение 2-х летнего курса (4 семестра) студент изучает современную модель управления предприятием, политику и экономику в туризме, организацию обслуживания клиентов, систему снабжения провизией, ассигнование и использование специального программного обеспечения.

Студентам этого курса необходим также предыдущий опыт в образовании и в создании проектов. Этот курс планирует обязательную длительную подготовку на собственном производстве.

Обязательный перечень изучаемых предметов: гостиничный менеджмент; туризм; экономика гостиничных предприятий; виноделие; организация гостиницы и ее функционирование; бухгалтерский учет; технология ведения барного дела и наука о винах; специальное программное обеспечение для гостиниц; маркетинг и технология продаж; иностранные языки.

В специализации «Туристский менеджмент» процесс обучения сконцентрирован на таких секторах, как туристская политика, география и экономика, международные учреждения и организации, политика определения туристских целей, служба работы с покупателем и забота о нем, использование соответствующего программного обеспечения. Теория завершается серией практических консультаций, специализированных электронных программ, технологий продаж, ведущих технологий в сфере путешествий в комплексе.

Обязательный перечень изучаемых предметов:

- туризм и авиатранспортировка;
- география и экскурсоведение;
- туристское агентство: авиатарифы;
- организация и функционирование;
- туристское путешествие в комплексе;
- электронные программы бронирования;

- погрузо-разгрузочные работы;
- иностранные языки;
- бухгалтерский учет;
- въездной туризм;
- авиакомпания: организация и функционирование;
- туризм как сфера услуг;
- воздушный кодекс и международные отношения.

Эта специализация предлагает интересные и благоприятные программы исследования.

В течение 2 лет обучения студенты изучают все теоретические предметы о туризме, управлении гостиничным делом, коммуникативных технологиях, психологии общения, и проверяют свои знания на практике, получают интересную информацию по курсу «Искусство и спорт».

Студенты оснащены всем необходимым для того, чтобы стать руководителями на предприятии в любом секторе туризма. Исследование учебных планов и программ в LE MONDE позволяет сделать вывод о необходимости заимствования ряда дисциплин для нашего обучения.

Институт Подготовки Специалистов, Научных Исследований и Оперативных Консультаций в Сфере Туризма (INSTROST) при Иранском университете теорий и технологий считается одним из самых значительных центров подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства не только в этой стране, но и в Южной Азии. Он находится в тесном контакте с Университетом в Страйсклайде в Великобритании, что позволило разработать учебную программу для получения диплома бакалавра по специализации «Гостиничный менеджмент».

Данная программа включает в себя 21 кредит основных предметов и 54 специализированных кредита: знакомство с управлением в гостиничной отрасли; знакомство с индустрией мирового туризма; управление в секторе «Питание и напитки»; гостиничный менеджмент, гостиничный маркетинг. Методология этого курса сочетает теоретическое и экспериментальное обучение.

Кроме того, в данный курс также включена производственная практика.

Продолжительность курса 3 года. Каждый учебный год состоит из 2-х семестров, каждый из которых – из 21 кредита. После двух лет обучения сдается соответствующий экзамен, который принимает комиссия Университета в Страйсклайде в Иране.

Во всем мире признана экономическая и финансовая важность индустрии туризма.

Современное направление туристского образования – это специализация в сфере *внутреннего туризма*, предусматривающая непосредственную практику в области внутреннего туризма Испании; полные и законченные знания для претворения в жизнь любого проекта в туристическом секторе; конкретную специализацию в области внутреннего туризма, которая поможет найти рабочее место в секторе туризма.

Программа по *управлению в международном отельном бизнесе* предполагает 6 месяцев теоретической части и 6 месяцев обязательной практики в известнейших отелях **Испании**.

Язык – английский. Программа разработана для тех, кто хочет развивать свою карьеру в международных сетях отелей высочайшего уровня. Студенты получают оперативные знания и навыки управления современным отельным бизнесом. Содержание программы – сочетание теории и непосредственной практики в крупнейших сетях отелей Испании. В университетах Испании два основных направления подготовки специалистов: туризм и отельный бизнес.

Туризм входит в социальное и юридическое направление

- Управление компаниями.
- Управление в туризме.
- Журналистика.
- Реклама и Public Relations.
- Международные отношения.
- Право.

Туризм

- Мастер в управлении в области туристического расселения – Университет туризма в Барселоне.
- Мастер в туристическом маркетинге и электронной коммерции – Университет туризма в Барселоне.
- Мастер по внутреннему туризму – Университет в Саламанке.

Отельный бизнес

Последипломная программа по менеджменту отельного бизнеса – Международная школа гостиничного менеджмента, Марбелья.

- Мастер в управлении гостиничным и ресторанным делом – Университет туризма в Барселоне.
- Мастер – Отели с «характером» – Европейский университет в Мадриде.

Совсем недавно в университете Саламанки появилось направление – *М.А. в сфере культурного туризма*. Подготовка специалистов в сфере культурного туризма предполагает количественный и качественный прогресс в контексте развития университетского образования в сфере туризма и увеличение экспорта специалистов в сфере культурного туризма за рубеж, которые должны отличаться высоким уровнем профессионализма и компетентности по многим дисциплинам и социальным наукам: иметь передовые знания в области стратегического управления, маркетинга, территориального планирования, истории экономики и финансов, информационных технологий, государственного законодательства, и эффективно и грамотно принимать решения в любой деятельности, связанной с туризмом.

Диплом Магистра предлагает студентам обучение в рамках специализированных курсов, практической подготовки с наставничеством, гарантируя

- реальную компетенцию управления;
- развитие академических исследовательских навыков в сфере культурного туризма;
- профессиональную подготовку к руководству и управлению государственными или частными фирмами, ответственными за разработку и реализацию проектов культурного туризма.

О туризме в Испании знают практически все, ведь апельсиновое Королевство известно во всем мире как один из лучших европейских курортов. Неудивительно, что профессионалов туристической отрасли готовят именно здесь.

Именно туризм является основной статьей дохода Испании. Невероятная природа, большое количество солнечных дней в году, ласковое море, благоустроенные курортные зоны, отели на любой вкус и кошелек, масса достопримечательностей и развлечений – старожилы испанского туризма с радостью поделятся своим богатым опытом. Наиболее известные образовательные учреждения располагаются в Барселоне. Дух старинного города, постоянно наполненного туристами со всего света, настраивает на «нужный» лад: теория в местных университетах успешно сочетается с практикой в реальной жизни. Пожалуй, одной из самых популярных школ является *Escola Universitaria de Turisme Barcelona*, основанная в 1987 году и славится применением новейших технологий и современных образовательных методик, гарантируя высокий уровень знаний, широкий профессиональный опыт выпускников.

Данное учебное заведение считается одним из лучших в Испании по соотношению «цена – качество». Школа предлагает четыре программы профессионального образования в области туризма. После ее окончания выпускник может работать в туристских агентствах и заниматься составлением, организацией, подбором комбинированных туров, подготовкой программ развития для туристического бизнеса, управлять отдельными департаментами компании. Следующая программа – *Grado Superior en Información y Comercialización Turísticas*, позволяющая заниматься реализацией туристского продукта и управлением информацией, мониторингом рынка.

Другое направление – управление службой размещения, или Grado Superior de Gestión de Alojamientos Turísticos. Четвертая программа – Grado Superior en Gestión Comercial y Marketing (коммерческое управление и маркетинг). Студент планирует заниматься анализом информации, разработкой и реализацией продукта, расчетом цен, выполнением плана продаж, разработкой логистических услуг. Образование в сфере туризма и гостеприимства в последнее время стало очень популярным и востребованным. Во всем мире путь к высоким должностям в гостиницах и туристских агентствах лежит через школы гостиничного и туристического менеджмента.

Набор учебных программ в них, как правило, стандартен и включает:

- годичный курс обучения в учебном заведении с присвоением сертификата, дающего право работать на самых младших должностях;
- двухгодичный дипломный курс, рассчитанный на 2,5 года курс на получение диплома продвинутого уровня (Advanced Diploma);
- трехгодичную бакалаврскую программу совместно с каким-либо университетом.

Если уже есть диплом о высшем образовании, то можно рассматривать Postgraduate Program, продолжительностью 1-1,5 года.

Университетская школа гостеприимства и туризма. Отель-школа Сан-Поль-де-Мар-Барселона основана в 1966 году и располагается в городе Сант-Поль-де-Мар, рядом с Барселоной. У школы есть партнерские соглашения с ведущими отелями в Испании и Европе и Университетом Жироны.

Университетская школа по туризму – школа при Автономном Университете Барселоны, основана в 1968 году и занимает второе место в рейтинге государственных университетов Испании.

EUHT StPOL является ведущей школой в Испании, дающей образование в области туризма и гостиничного бизнеса. Была основана в 1966 году. Является членом международных организаций EURHODIP, EUHOPA International, AENT, AMFORT, EFAN Accreditation, CHRIE.

Школа имеет партнёрские соглашения с Университетом Жироны и с 10 ведущими сетями отелей в Испании и в Европе, ежегодно проводит презентации этих отелей и подбирает студентов для прохождения стажировок в них и последующего трудоустройства.

Гостиничный бизнес. Продолжительность программы – 1,5 года. Программа состоит из 3 учебных циклов: А, В, С. Цикл А начинается 13 октября, заканчивается 19 декабря. Во время цикла А (10 недель) студенты проходят теоретическую и практическую подготовку на кафедре гастрономии, проходят практику в гостиницах. Цикл В начинается 7 января, заканчивается 30 мая.

Студенты получают базовые знания в области управления отелем (администрирование, управление персоналом, коммерциализация). Цикл С является обязательным только для граждан стран ЕС и представляет собой производственную практику. Программа имеет практическую направленность и даёт студентам возможность пройти практику и стажировку в отелях за время обучения, что в будущем облегчит их трудоустройство.

Высшая школа EUTDH предлагает программы подготовки специалистов в области туризма и гостиничного менеджмента. При обучении в течение одного семестра студенты получают диплом о базовом послевузовском образовании (Postgrado), а при обучении в течение года с написанием в конце дипломного проекта – титул магистра (Master).

В течение первого семестра студенты изучают особенности управления отдельной гостиницей, после чего могут получить диплом Postgrado en Administracion y Direccion de Empresas Hoteleras.

В течение второго семестра изучается специфика управления сетями гостиниц.

При обучении только по программе второго семестра присваивается степень Postgrado en Alta Direccion de Grupos Hoteleros, а при обучении в течение всего года с написанием дипломного проекта – степень магистра.

Barcelona Business School является частным учебным заведением. Школа дает современное образование в области бизнеса и управления по американской системе.

Туризм и гостиничный бизнес. Обучение ведется по американской системе. Программа первого цикла обучения, длительностью 2 года.

Основными предметами являются: информационные системы, основы маркетинга, финансы, макроэкономика, микроэкономика, статистика, менеджмент, иностранный язык, менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе, туризм через интернет и др.

Туризм – новое направление в образовании. Актуальность данной специализации вытекает из потребностей туристической сферы в специально подготовленных кадрах.

Получить профессиональное туристское образование можно, но подготовка по данному профилю выполняется не многими вузами. Самые востребованные направления – обслуживание туристов; организация досуга и развлечений; оздоровление с применением методов туризма; самодеятельные формы рекреации и туризма. Помимо перечисленных специализаций подготовка специалистов ведется и по таким направлениям: туристские операции, менеджмент, финансовый менеджмент и маркетинг в туризме.

Поступающие на отделение туризма, не всегда правильно представляют себе свою будущую специальность, поэтому профессиональное туристское образование широкого профиля поможет определиться со специализацией в процессе учебы, прохождения производственных практик.

Чем бы ни занимались работники сферы туризма, вся их деятельность связана с людьми, с работой с ними. Это отличительная черта туристической деятельности.

Среди высших учебных заведений в сфере туризма и гостеприимства в испано-язычных странах – швейцарский университет Les Roches School of Hotel Management, который имеет филиал в Испании, на побережье Коста-дель-Соль (Андалусия), в городе Марбелья.

Обучение в университете проводится на английском и испанском языках. Les Roches Marbella предлагает качественное обучение отельному и туристическому менеджменту на основе классической швейцарской и американской моделей обучения.

Лидирующим учебным заведением в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса в Испании является Швейцарская школа Les Roches, которая располагается в престижном районе Lomas de Rio Verde в пригороде Marbella, в районе так называемой «золотой мили», в 2 км от побережья Средиземного моря. Программа называется Post-Graduate Diploma in Hospitality Management. Уникальность этой программы в том, что она имеет один семестр обучения и один семестр практики (стажировки). Обучение очень интенсивное.

Длительность данной программы – 1 год, включая 6-месячную оплачиваемую стажировку, во время которой студенты развивают свои профессиональные навыки, работая в ресторанах, гостиницах и многих других компаниях, как в Испании, так и в других странах мира.

Обучение ведется на английском языке. В структуру программы входят такие предметы:

- Culinary Restaurant and Banquet Operations.
- Service Banquet & Restaurant Operations.
- Advanced Culinary Concepts.
- Food Science & Sanitation.
- Beverage, Bar and Wine Service.
- Food and Beverage Management.

Школы Les Roches имеют престижную аккредитацию NEASC (USA), являются членом IHA (International Hotels Association), CHRIE (Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education), EUHOFA (International Association of Hotel Schools) и других.

В течение 5 месяцев студенты изучают 17 предметов, включая дисциплины, имеющие прямое отношение к сфере питания и ресторанному бизнесу: Beverage, Bar and Wine Service, Culinary, Restaurant and Banquet Operations, Service Banquet & Restaurant Operations, Advanced Culinary Concepts, Food Science & Sanitation, Food and Beverage Management.

Предметы, относящиеся к сфере гостиничного бизнеса и управления: Hospitality Marketing, Hospitality Accounting and Financial Management, Facilities Management, Rooms Division Operations and Management и другие.

Дополнительно студенты изучают испанский язык. Второй семестр – практика. Выбор мест стажировки неограниченный, во время первого семестра студенты участвуют в ярмарках вакансий и проходят собеседования с потенциальными работодателями. Учитывается опыт работы, владение английским и испанским языком, личные качества студента.

Студенты Les Roches Marbella проходят практику в отелях и ресторанах Мадрида, Марбельи, Барселоны, Тенерифе и других испанских городов. Обучение на английском языке.

Выпускники, успешно закончившие данную программу, занимают руководящие должности в сфере гостеприимства и ресторанного бизнеса по всему миру. Новое направление университетского образования набирает обороты и совершенствует методологию и методику профессиональной подготовки специалистов для бурно развивающихся сфер экономики Испании. В Испании этот сектор превратился в главную индустрию страны.

Спрос на профессионалов, способных занять высокие посты и руководящие должности в этом секторе с каждым днем растет. Они должны не только хорошо владеть техникой управления предприятием, но и иметь такую подготовку и образование, которые позволят им с успехом превзойти конкурирующие предприятия сферы туризма.

Студенты, кроме приобретения знаний по магистерской программе «Магистр управления предприятиями» со специализацией «Управление туристским предприятием» будут:

- определять и оценивать туристский спрос;
- разрабатывать план маркетинга;
- развивать детальную стратегическую подготовку для предприятия, с целью адаптации к последующим изменениям в области туризма;
- разрабатывать планы для туристских предприятий.

Мадридский Университет имеет в своем штате профессионалов высочайшего уровня.

В целом анализ специализации «Открытие туристского предприятия» заключен в аспектах, создающих структуру туризма: экономический, политический, социальный, технологический и специальный. Здесь изучается природа различных туристских предприятий, формы развития, международные отношения с другими учреждениями подобного типа.

Специализация «Организация туристских предприятий и управление ими» позволяет приблизиться к изучению туристского предприятия как организации. На первом этапе изучается поведение индивидуума и его исполнительский уровень. Позже исследуются отношения на уровне группы, динамика власти и влияния, лидерство, умение урегулировать конфликты и т.д.

Прорабатывается организационная конфигурация на самом высоком уровне и процесс умения руководить. На специализации «Основные принципы туристского бизнеса» проводится анализ основных концепций туристского бизнеса и их практического применения.

Вводятся различные уровни, на которые опирается политика туризма: международный, национальный, региональный и местный. Осуществляется ознакомление с темами, связанными с разработкой, планированием и развитием туристских стратегий.

Специализация «Производство и распределение туристской продукции» – это анализ основной туристской продукции и характерный комплекс каждой из них: прибрежный, внутренний, городской, дорожный туризм и бизнес-туризм; изучение распределения туристской продукции первой необходимости в секторе туризма: групповые путешествия, туристские агентства, транспорт, система реализации.

Специализация «Экономика туризма» – это анализ путей вхождения туристского сектора в экономику страны; причин, способствующих реализации спроса туристского сектора в национальном и международном масштабе; туристского рынка в его развитии.

Таблица 5.1

Магистерская программа по направлению «Туризм».

1-й семестр (период) (октябрь-январь)

Название предмета	Кол-во часов
1. Вариант	
Экономика туризма	30
Основы туристского бизнеса	20
Бухгалтерия в сфере управления	40
Финансовое управление	30
Информатика	40
Организация предприятий	30
Управление маркетингом	20
Итого:	210
2. Вариант	
Производство и распределение туристской продукции	30
Культура и социология туризма	30
Бизнес-план	15
Стратегия и политика предприятий	30
Новые технологии в области информатики	30
Финансовое управление	40
Управление стратегическим маркетингом	30
Бухгалтерия себестоимости	30
3. Вариант	
Итого:	235
Туристская нормативная база: национальная и международная	30
Туристский маркетинг	30
Управление трудовыми ресурсами	30
Трудовое право	20
Навыки управления	30
Международное коммерческое дело (торговля)	30

Анализ капиталовложений	30
Управление в сфере продаж	30
Итого	230
Всего	675

Специализация «Культура и социология туризма» – это анализ культурных и социокультурных аспектов, определяющих характер туристского спроса, как внешне, так и внутренне: характеристика населения, демография, культурные обычаи, традиции, уровень жизни.

В качестве предполагаемых тем: подбор соответствующего персонала в туристской области, системы коммуникаций, уровень обслуживания и компетентности контрактного персонала, нормативы самого сектора показаны в табл. 5.1.

Специализация «Структура туристских рынков» – это анализ главных аспектов такого феномена как туризм: концепция, история, политика, туристские потоки и т.д.; изучение спроса и предложения в сфере туризма со специальными акцентами на структуру его рынка, его компоненты и формы посредничества.

Специализация «Операции и процесс туристского производства» – изучение главных операций и производственных процессов, места его размещения, туристского посредничества и досуга; определение рода деятельности, который составляет вышеперечисленные процессы, изучение международных отношений в туризме.

Специализация «Досуг и туризм» – это анализ количества и качества времени, посвященного досугу (свободное время, времяпрепровождение, развлечение), которого в нашем обществе с каждым днем становится все больше. С возникновением культуры досуга появилась разнообразная продукция и специальная сфера обслуживания.

При изучении предметов по данной специализации анализируется техника управления досугом и тематические предложения в туристском секторе.

Специализация «Территориальные культурные туристские ресурсы» – это реализация туристской деятельности и досуга через территориальные компоненты и компоненты окружающей среды; изучение средств развития туризма и его региональное развитие.

Специализация «Туристская нормативная база: национальная и международная» – это изучение юриспруденции в туристском секторе, как на национальном, так и на международном уровнях; анализируется, как нормативы общего характера, так и специальные нормы, которые практикуются в различных специализированных агентствах.

При этом делается эмфаза противоречий фиксированного характера в регулировании компетенции персонала и качества обслуживания.

Специализация «Территориальные туристские ресурсы» – это анализ важных компонентов географии туризма: факторы и процессы развития, региональное распределение спроса и предложения, локализация туристических особенностей и центров отдыха.

Специализация «Культурное наследие» – это изучение историко-художественных и культурных ценностей; анализ культурного наследия в качестве туристских ресурсов с точки зрения исследования, защиты, управления, сохранения, реставрации и распределения.

Специализация «Туристский маркетинг» – это взгляд на совокупность коммерческой функции предприятий, изучение применения этих функций посредством демонстрации реальных примеров; анализ создания туристской продукции, ее распределение, установление цен и сотрудничество с другими туристскими предприятиями.

Специализация «Управление туристскими предприятиями» предполагает диплом «Администрация, управление предприятиями и дипломирование в сфере туризма».

Эпоха экономики сферы обслуживания, где туристическая деятельность приобретает всё большее значение. Этот процесс актуален и в Испании, где туристский сектор превратился в один из основных элементов национальной экономики. Специалисты знают, как использовать великолепные природные ресурсы, историко-художественное наследие и богатейшую культуру.

Но, всё больше эта сфера нуждается в профессионалах со способностью управлять предприятиями и сферой обслуживания в национальной и международной туристической деятельности. Студенты обучаются каждой функциональной сфере предприятия и управления туристской деятельностью. Обучение проходит таким образом, чтобы стипендиаты могли занимать руководящие должности в управлении туристскими предприятиями, что является основной профессиональной ориентацией будущих выпускников: сеть гостиничного хозяйства (управления), транспортные компании, организация в сфере развлечений, или управление отделами предприятий: маркетинг и бухгалтерия, контроль и аудит, формирование \ подбор кадров и др.

Основные цели обучения: готовить управляющих, профессионалов, способных руководить любым типом предприятия в туристском секторе; передавать опыт и знания руководителей и увеличивать способность к управлению посредством анализа туристского сектора и реализовывать практическую деятельность на предприятиях; давать студентам профессиональные знания английского языка и второго французского или немецкого с возможностью провести 3-й курс на стажировке за рубежом. Студентам предоставляются орудия производства для обучения управленческой деятельности в области коммуникаций, лингвистики, управления, информатики.

В программе «Маркетинг в сфере туризма» особое внимание уделяется изучению основных концепций и орудий производства, маркетинга, ориентированных на туристский сектор, и предприятий, предлагающих транспортные услуги. При этом делается упор на каналы распределения туристских услуг и коммерческую деятельность, на виды различных стратегий, компетентность персонала и развитие туристского сектора.



Национальный Научно-исследовательский Институт Транспорта (INRETS) при Мадридском университете в Испании занимается подготовкой специалистов по академическим дисциплинам.

Более 100 научных работников постоянно преподают в университете. Лаборатории INRETS принимают преподавателей из Международного института технологий (ИИТ).

Многочисленные команды научных работников участвуют в подготовке магистров по следующим специализациям:

- Подготовка магистра по интеллектуальному транспорту проводится совместно с двумя высшими техническими школами ENSE (Высшая Школа электричества) и ENPC (Национальная Школа Мостов и Дорог).

- Подготовка магистра по инженерному транспорту и управлению транспортным делом в содружестве с высшими школами ENTPE (Национальная Школа общественных государственных работ), CNFPT (Национальный Центр Профессионально-технического Образования) и профессионалами-практиками.

- Подготовка специалистов по акустике на транспорте организована совместно с технологическим университетом в Компьене.
- Подготовка специалистов по специальности «Дорожная безопасность» организована совместно с Королевским университетом в Версале.

Преуспевающие менеджеры индустрии путешествий имеют большой жизненный опыт и целый ряд существенных различий в своих обязанностях и мере ответственности.

Система туристского образования Испании отличается большим разнообразием специализаций, которые в свою очередь имеют обширную программу и объем учебных курсов.

Для построения системы туристского образования на Украине целесообразно взять отсюда стратегические цели и новые направления в дипломировании.

Каждый элемент учебного плана по системе **Техасского Института Менеджмента** (ТИМ) предусматривает существенный блок для завершения своего образования, соответствующее не только индустрии путешествий, но и фактически любому занятию, связанному с обслуживанием предприятий. Учебный план сосредотачивает свое внимание на стратегии развития умений по решению проблем, технологиях и методах принятия решений, и развивает навыки критического мышления, которые являются существенными для преуспевающих менеджеров и лидеров в любой отрасли. Все студенты должны выполнять требования общего блока дисциплин и 5 дополнительных курсов, выбираемые студентами, чтобы лучше подготовиться к основному курсу. Учебный план бакалавра по специальности «Управление туристской отраслью» состоит из следующих компонентов: общий блок дисциплин, который делится на начальное и верхнее звено. Начальное звено: основы финансового и бухгалтерского учета; управление бухгалтерским учетом; индустрия путешествий; правовая сфера бизнеса; инструментарий информационной сферы.

Верхнее звено составляют семь курсов, которые обеспечивают прочное основание для формирования умений и навыков в сфере управления бизнесом:

- правовая сфера индустрии путешествий;
- системы информационных технологий;
- управление предприятиями услуг;
- принципы маркетинга индустрии путешествий;
- управление финансами;
- управление трудовыми ресурсами.

Предметы избирательного блока

Студенты выбирают одну из перечисленных областей знаний, и концентрируют свое внимание на 4-5 курсах в избранной сфере. Средняя оценка по всем курсам для получения диплома «бакалавр» – 2.5.

ТИМ предлагает три области программы бакалаврата – управление: гостиничной отраслью; в сфере туризма; транспортным сектором. Конструктивная учебная программа на бакалавра способствует подготовке компетентного персонала управления для индустрии путешествий посредством учебного плана, развивающего способности, умения и навыки в сфере принятия решений и динамического руководства отраслью.

Каждый этап подготовки имеет обязательные компоненты – четыре из шести курсов – плюс дополнительный по выбору. Завершение обучения позволяет приобрести глубокие знания в пределах определенного сектора индустрии; понимание роли и обязанностей в этой отрасли в рамках государственных, региональных, национальных и мировых перспектив; природы предприятий обслуживания, деловой этики и социальных ограничений. Девиз программы: управление является и наукой и искусством. Практическое знание эксплуатационных аспектов индустрии позволяет студентам развить «реальные умения» в пределах данной сферы. Для реализации данной цели университет разработал программы и специализированные курсы.

Специализация «Управление гостиничной отраслью» предназначена для того, чтобы развить у студентов способность применять новейшие технологии для решения проблем, методы принятия решений и навыки критического мышления для ответа на текущие и будущие вызовы данной индустрии. Студенты изучают отношения различных слоев клиентуры (клиент, владелец, персонал) в управлении и функционировании предприятий гостиничной отрасли, включая жилищные службы и предприятия сферы услуг.

Специализированные курсы в этой области включают:

- основные финансовые аспекты;
- формы контроля и управления, применительно к гостиницам;
- факторы, воздействующие на проектирование, планирование, строительство;
- физическое воздействие;
- прибыльность;
- основные принципы маркетинга в гостиничном и курортном деле;
- центры связей с широкой общественностью;
- управление ценообразованием, рекламированием;
- основы проектирования;
- основы маркетинга.

А также в учебный план входят:

- функционирование коммерческой среды в сфере обслуживания;
- сфера питания (автономно и как часть гостиницы, мест отдыха);
- основные принципы производства продовольствия и определения его количества.

Ключевые концепции, касающиеся качественных принципов гарантии и сенсорных методов оценки, в приложении к сфере обслуживания, также изучаются достаточно глубоко.

Специализация «Управление в сфере туризма» сосредотачивается на стратегических проблемах, связанных с индустрией путешествий, с маркетингом и принципами управления в пределах определенных типов предприятий, включая транспортные и туристические агентства, и другие аспекты. Студенты учатся анализировать макроэкономические факторы, связанные с развитием туризма, идентифицировать воздействия туризма на общество и окружающую среду; изучают методы исследования и формирование политики в туризме в пределах контекста частных и государственных туристских секторов и учреждений индустрии путешествий.

Интернатура: для получения диплома бакалавра по этому направлению студенты должны иметь 800 часов практики в индустрии путешествий и пройти обучение по 3 кредитам.

Общие руководящие принципы программы в Интернатуре: студенты должны закончить обучение идеально в течение I семестра; 400 час. Интернатуры – к концу второго года обучения.

Вторую практику – 400 час. – к концу третьего года обучения при прохождении минимума в 60 кредитов верхнего общего блока дисциплин (300 учебных часов).

Пройдя обучение по специализации «Управление индустрией путешествий», студенты получают понимание стратегии управления и маркетинга в индустрии путешествий и готовятся управлять трудовыми ресурсами, реагировать на культурные и технологические вызовы окружающей среды в XXI столетии; к перспективной управленческой карьере в туризме, сфере путешествий, гостиницах, ресторанах и системе транспортирования, включая информационную технологию и электронную связь, и образование. Кандидаты на степень магистра должны закончить обучение в 36 часов кредита дипломированного специалиста по основному блоку дисциплин.

Каждый кандидат может выбрать тему исследования, которая может включать, обширный литературный обзор, социологические исследования, эксплуатационный анализ, проект, сравнительное изучение, или интерпретацию определенной информации. **Основные курсы:**

- стратегический маркетинг индустрии путешествий (3 кредита);
- информационные технологии, электронная коммерция в сфере путешествий (3 кредита);

- управление международной системой в гостиничной отрасли (3 кредита);
- управление системой транспортирования (3 кредита);
- управление глобальными процессами в сфере туризма (3 кредита);
- применение исследований в сфере туризма (3 кредита);
- политика управления индустрией путешествий (3 кредита)

Итого: 21 кредит. Дополнительные курсы по выбору – 9 кредитов.

Написание магистерской работы – 6 кредитов. Итого: 36 кредитов. Студенты заканчивают программу через два года.

Специализация «Международное управление гостиничной отраслью» – это проблемы человеческих отношений, сопутствующие управлению индустрией путешествий. Большое внимание уделяется таким предметам: бухгалтерский, финансовый учет, маркетинг и информационные системы в гостиничной отрасли. Специализация «Глобальный анализ в сфере туризма» – это международная теория торгового дела и региональные методологии анализа, применительно к туризму и сфере услуг, включая баланс путевых расходов, межрегиональный поток сделок, экономические воздействия, экономику окружающей среды, теорию спроса и предложений, прогнозирование.



Теоретики туризма – Х. Грин, К. Хантер, Б. Моор – в своей работе «Оценка окружающей среды при развитии туризма: использование Метода Делфи» рассматривают экологические аспекты туризма как важную философскую проблему. Человек – органичное звено целостной экосистемы. Тяготение городского жителя к «неиспорченной природе» целиком понятно.

Давление туристских потоков на природу приобретает угрожающий для нее характер.

Согласно прогнозам, объемы международного туризма в ближайшие 20 лет увеличатся в три раза. Соответственно возрастет и экологическая опасность.

Вот почему все участники туристского процесса обязаны предохранять естественную среду, заботливо относиться к туристским ресурсам, рекреационным зонам, как общее достояние сообществ, на территориях которых они расположены. Естественный и экологический туризм – это важные формы туристической деятельности; с одной стороны, они способны обеспечивать поступательное и постоянное его развитие, и с другой, согласовывать жизненные потребности настоящих и будущих поколений, потребность в здоровой среде проживания. Нетрадиционные формы – «зеленый» или экологический туризм, возникают в конце XX столетия, как новый этап утверждения немассовой, индивидуальной, локальной культурной практики.

В докладе о ситуации в сфере международного туризма, представленном Генеральным Секретарем ВТО г-ном Ф. Франджиалли на 70-ой сессии Исполнительного совета, (2003, Мадрид), говорится, что ВТО выражает удовлетворение в отношении планов развития туризма в Австралии в связи с недавно опубликованным докладом «О зеленом туризме».

Там изложена туристская стратегия Австралии на ближайшие 10 лет. В сфере экологического туризма размещаются также линии пересечения социоэкономических и культурных интересов и спросов городского и сельского населения.

Для сельских жителей, как, кстати, и для жителей маленьких городов и поселков, «зеленый туризм» полезен тем, что он активно оказывает содействие созданию рабочих мест, решению проблемы занятости населения, очень актуальной для Украины.

Практика свидетельствует, что 90% мировой туристской инфраструктуры составляет ее частный сектор, значительная часть которого расположена в сельской местности.

По мнению украинского философа и педагога А. Левицкой, «Зеленый туризм» приобщает городских жителей к местам сохранения и воспроизведения традиционных ремесел, фолклерной культуры, активно оказывающей содействие патриотичному просвещению, пробуждению и воспитанию исторической памяти, без чего немислим процесс национального возрождения.

Экологический туризм привлекателен тем, что в его процессе происходит взаимообогащение духовного мира его участников: горожане получают возможность наглядно оценить сущность сельского образа жизни, а сельская молодежь – положительные стороны городской культуры.

Участники туристского процесса, в особенности профессионалы сферы туризма, должны соглашаться с определенными ограничениями на деятельность, в особенности, в исторических местах и заповедниках (зоны «проблемной экологии»). «В туризме должны объединяться черты искусства, философии, этики и эстетики в общую концепцию».

Развитие туризма не самоцель, а важный элемент общей стратегии социально-экономической и духовной поступи страны и общества.

Украинский философ А. Явоненко рассматривает экологизацию культурного сознания как коммуникативную проблему. Австралийский исследователь проблем туризма Г. Биндли ввел в научный оборот такое понятие, как «экология человеческого развития».

Большое внимание вопросам перспективы развития региональной рекреации и туризма на период до 2010 года и применения персонал-технологий подготовки специалистов для туристско-рекреационной сферы, проблемам использования активных методов при преподавании туристско-рекреационных дисциплин уделяет украинский ученый-географ А. Бейдик.

Г. Филипчук проводит исследования экологической политики в национальных и глобальных масштабах, рассматривает *экоэтическую парадигму* в образовании взрослых.

Проблемы экологической педагогики и психологии, соотношение мировоззрения и экологии исследуют российские ученые. Вся многоликость экологических проблем отражается в сфере экотуризма. Эксперты ВТО определяют экологический туризм, как деловые поездки в места с относительно нетронутой природой и хорошо сохранившимся культурно-историческим наследием, организация которых не должна оказывать негативное воздействие на природу, среду обитания и причинять ущерб культурной среде. Туристическая деятельность, как и всякая другая, оказывает и положительное и отрицательное влияние на целостность экосистемы, но как отмечает географ Лосато-Гиотарт «туризм не кажется более опасным для природы, чем другие формы экспансии в природное пространство».

ВТО определила условия функционирования экологического туризма:

- обеспечение транспортом доступных экотуристских объектов;
- наличие уникальных и привлекательных объектов не только для специалистов, но и обычных временных посетителей;
- проведение различной ценовой политики;
- хорошая, комфортная организация путешествий.

По прогнозам ВТО экологический туризм входит в число пяти основных стратегических направлений развития на период до 2020 года. Основной причиной роста интереса к экологическому туризму в XXI веке является желание коснуться первозданной природы.

Поскольку в будущем тенденция урбанизации и загрязнения естественных территорий будет возрастать, соответственно и интерес к экологическому туризму будет, увеличиваться, так как отдых на природе обеспечивает психологическую разрядку, хорошо восстанавливает жизненные силы человека. Сегодня наступает перелом в общественном сознании, меняется парадигма общественного развития: духовные ценности одерживают верх над материальными потребностями. Человек в большей степени ориентирован на познание окружающей его природы, наслаждение жизнью, чем на простое потребление материальных благ.

В Послании Генерального секретаря ВТО по случаю Всемирного дня туризма в 2002 году говорится, что 14-ая Генеральная ассамблея ООН единодушно приняла следующую тему для Всемирного Дня туризма этого года: «Экологический туризм – ключ к устойчивому развитию».

Принятие этого решения стало свидетельством той поддержки, которую ВТО выразила Генеральная Ассамблея ООН, что отражает возрастающее признание международным сообществом потенциала туризма и, в особенности, экологического туризма. Его вклада в процесс устойчивого развития мировой экономики. Поэтому учебные программы, связанные с вопросами экологии и туризма пользуются особой популярностью.

Учебный план магистерской программы «Рекреация, парк и научные исследования в туризме» в ТИМ предоставляет студентам образование в сфере досуга, парковом деле, науках о туризме и экологии. Студенты изучают как общественные науки, так и науки о жизни (биология, медицина, антропология, социология), чтобы лучше понимать и управлять использованием естественных и культурных ресурсов для отдыха и туризма. В программах подчеркивается необходимость обучения коммуникативным и производственным навыкам из-за их фундаментальной важности для управления этой отраслью.

Для достижения цели созданы превосходные условия для занятий с самыми совершенными компьютерами, инновационными подходами и технологиями, создавая обучение, которое подготовит из студентов будущих лидеров данной отрасли в XXI веке.

На факультете существуют три специализации:

- управление парками и национальными природными ресурсами;
- администрация парков и зон отдыха;
- управление туристскими ресурсами.

Специализация «Управление парками и национальными природными ресурсами» акцентирует свое внимание на системе организации менеджмента естественными и культурными ресурсами, связанными с развитием сферы развлечений и парками. (129 час.)

Профессионалы этой сферы работают в рамках широкого разнообразия предметов, что требует интеграции концепций в науках, связанных с биологической окружающей средой, социальных и поведенческих науках, принятия решений в политическом и административном плане. Необходимые навыки включают компьютерные знания и умения для управления природными ресурсами, географическими информационными системами. Они должны знать методологию оценки воздействующих факторов и методы планирования природных ресурсов.

Студентов, обучающихся по данной программе, ожидает карьера, как в общественных организациях, так и в частном предпринимательстве в сфере отдыха и туризма, парковом деле, включая государственные агентства, частные предприятия, некоммерческие организации, молодежные лагеря, и образовательные программы по охране окружающей среды.

По мнению Р. Спиццинино («Перспективы и стратегии развития туризма и досуга»), туризм – одна из самых разнообразных отраслей экономики во всем мире. Учебный курс (129 час.) «Управление туристскими ресурсами» был создан для подготовки студентов к карьере в сфере туризма. Главные аспекты этого учебного курса разработаны с целью воспитания понимания связей между местными властями, где расположены гостиницы и другие типы приюта, населением, туристами, частным сектором и специальными заинтересованными группами.

Студенты развивают компетентность в оценке экономических, социальных и политических воздействий окружающей среды на туризм. Выпускники данной специализации могут сделать карьеру на предприятиях частного сектора, в госструктурах, в туристических фирмах и предприятиях, связанных с организацией сферы обслуживания.

Характеристика основных дисциплин данной программы:

Знакомство со сферой отдыха и парков. Развитие рекреационных возможностей и рассмотрение ведущей роли парков и рекреационных зон в современном обществе.

Основы зон отдыха и парков. Развитие теоретических основ рекреации и досуга; философия профессии, перспективы и роль парков и зон отдыха в современном обществе.

Основы туризма. Программа знакомит со сферой путешествий и туризма, начиная с местного до международных уровней; дает краткий обзор масштабов, возможностей в организации индустрии. Внимание акцентируется на развитии естественных, культурных ресурсов и на сохранении культурного наследия в результате развития туризма.

Предлагается идентификация проблем, связанных с экономическими, технологическими и политическими аспектами туризма.

Парк и туристическая деятельность. Планирование, эксплуатация и наблюдение за полевым обслуживанием и деятельностью в этой сфере.

Учебно-производственная практика. Исследование и применение принципов организации зон отдыха и паркового дела; избранные аспекты управления парками и зонами отдыха в эксплуатационном режиме под наблюдением соответствующего агентства. Подготовка и представление всестороннего анализа определенной проблемы.

Досуг и отдых на свежем воздухе. Развитие и администрирование рекреационных средств обслуживания в естественных условиях и внутренних помещениях.

Развитие сообщества, земельных и водных ресурсов для обеспечения рекреационных возможностей, где окружающая среда играет главную роль; фундаментальные концепции отдыха и досуга и их роль в современной американской культуре.

Программа курса «Управление агентствами «Ресурсы отдыха» обучает решению многих проблем в сфере отдыха и развлечений и предлагает следующие курсы: современные проблемы и практика организации услуг в сфере отдыха; реализация принципов управления агентствами; персонал и связанные с клиентом административные проблемы; концепции и принципы, уместные в коммерческих и некоммерческих агентствах «Ресурсы отдыха».

Специализация «Отдых и туристские программы» рассматривает такие аспекты подготовки:

- планирование программы действий; управление и оценка этих действий;
- подготовка и развитие специальных мероприятий;
- качество услуг;
- подготовка кадров в сфере гостеприимства и методы обслуживания клиентов.

Специализация «Региональное управление заповедными местами» – это многоплановый менеджмент и региональное использование природных заповедников и управление этими районами.

Системы и методы разрешения проблем управления в сфере отдыха на открытом воздухе.

Специализация «Маркетинг в сфере туризма» – это применение основных принципов и концепций управления маркетингом в сфере туризма, управления предприятием, мероприятиями социального характера; анализ ситуации и эксплуатационная оценка, принятие решения относительно продукта, места, цены, каналов распределения в сфере туризма, развлечения и услуг.

Специализация «Туризм и предприятия отдыха» – это вопросы осуществимости рыночного и финансового анализа, характеристики ресурсов, рыночные аспекты туризма и месторасположение предприятий отдыха. Исследование профессиональной подготовки в ТИМ позволяет расширить представления о новых направлениях обучения на новаторских курсах в системе экологического туризма, что является актуальным для Украины.

В основу обучения в одном из ведущих университетов Великобритании в **Суррее** легла фундаментальная модульная система подготовки специалистов в сфере туризма и его основных секторов. Гостиничная отрасль – одна из всемирных наиболее быстро растущих отраслей экономики и самый перспективный сектор туризма. Она предлагает превосходные возможности карьеры в Великобритании и по всему миру профессионалам соответствующего профиля. Отправная точка карьеры в сфере управления в этой индустрии – это диплом университета.

Таблица 5.2

Структура курса

Уровень 1		Уровень 2	Уровень 3
Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Практика 1 год
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов	120 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов	1200 часов

Таблица 5.3

Уровень 2	Уровень 3	
Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов

«4-х годичная модульная программа подготовки специалистов в гостиничной сфере» в этом учебном заведении разработана с целью помощи в приобретении деловых умений, навыков управления и знаний специалиста отрасли, которые необходимы для его успешной карьеры (см. табл. 5.2 и 5.3). Она включает один год профессиональной работы в сфере гостиничной отрасли. Университет согласился через Попечительский фонд образования Савойи обеспечивать фонды для стипендий студентов Великобритании, принятых по этой программе в течение первого года.

Профессиональная подготовка. Период практики – составная и важная часть общей теоретической и практической подготовки. Практика имеет место во второй половине 2 года и первой половины 3 года обучения. Это позволяет объединить знания об управлении, полученные в первой части курса и создает основу для применения ценного опыта управления во время этой практики. Такая практика окажет значительную помощь при устройстве на работу после окончания обучения и получения диплома. Университет заботится о трудоустройстве своих выпускников, имея партнерские отношения с целым рядом преуспевающих фирм и компаний, и предоставляет им возможность получить соответствующий опыт в гостиничной сфере.

Как правило, трудоустройство предоставляется во всех секторах гостиничной отрасли, включая работу в системе снабжения, пивоваренной сфере, сети ресторанов и гостиниц.

Такие известные компании, как «Форте», «Хилтон», «Холлидей Инн», «Интерконтиненталь» и «Дисней», принимают участие в трудоустройстве выпускников университета, даже за пределами Великобритании. В 1998 году университет в Суррее возглавил Лигу всех Британских университетов по трудоустройству своих дипломированных специалистов держит эту марку до сих пор.

Выпускники факультета «Менеджмент в сфере международной гостиничной индустрии» трудоустраиваются все без исключения. Представители многих крупных гостиниц, курортов, ресторанов и снабженческих компаний вербуют выпускников университета на практику, а также предлагают им высокие должности в своих компаниях. Типичное первое место работы для недавних дипломированных специалистов:

- Курорт и Гостиница в BOCA RATON, Флорида – менеджер – разработчик.
- 4 сезонные гостиницы, Калифорния – помощник управляющего, служба размещения.
- Международные Гостиницы «ХИЛТОН», Хитроу – стажер ускоренного курса управления.
- PIZZA HUT, Кингстон – генеральный директор ресторана.
- RITZ CARLTON, Американские Вирджинские острова – стажер в аппарате руководства.
- TOMAS KUK, Питерборо – старшекурсник факультета «Международный туризм» – практика в секторе «Финансовые службы».

Гостиничная отрасль и сфера туризма предлагает превосходные возможности для карьеры по всему миру для соответственно квалифицированных людей.

Началом карьеры в системе управления в этой отрасли может служить диплом университета Суррея по специализации «Гостиничный менеджмент», который поможет приобрести умения и навыки управления и знания в данной сфере. 4-х годичная модульная программа обучения по специализации «Гостиничный менеджмент» разработана целенаправленно для тех студентов, которые хотят посвятить себя этой сфере и сделать в ней хорошую карьеру в управлении гостиничной отраслью и туризме (см. табл. 5.4 и 5.5)

Таблица 5.4

Структура курса

Уровень 1		Уровень 2	Уровень 3
Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Практика 1 год
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов	120 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов	1200 часов

Таблица 5.5

Уровень 2	Уровень 3	
Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов

Модульный формат спроектирован на базе специальных знаний этой сферы, как основного ядра, так и дополнительных предметов сферы управления и бизнеса. Он предусматривает для студентов широкий выбор специализаций по предметам, представляющим для них наибольший интерес. Все выпускники имея диплом трудятся в преуспевающих компаниях данной отрасли:

- Все бары I класса, Лондон – помощник менеджера.
- ARVE SORBO, Норвегия – менеджер по маркетингу.
- BREAKER HOTEL, Флорида – стажер в системе управления.
- CORONA HOTEL, Германия – консультант.
- GROUPE CHEZ GERARD, Лондон – менеджер.

- GULF FORUM HOTEL, Оман – клерк бюро по связям с общественностью.
- RITZ CARLTON, Сингапур - стажер в системе управления.

Сектор розничной торговли – один из самых больших в экономике Британии. Компании предлагают возможности в сфере материально-технического обеспечения, рыночных исследований и международного туризма. Такова 4-х годичная модульная программа в сфере розничной торговли (табл.5.6 и 5.7). Выпускники факультета успешно трудоустраиваются на престижных должностях. Такие известные компании, как Marks & Spencer, J. Sainsbury, Tesco, IBM, ICL, House of Fraser, Body Shop, Boots, Debenhams, John Lewis Partnership, Dunhill and Discovery Food принимают участие в отборе кандидатов на работу в свои компании, как в Британии, так и за ее пределами.

Таблица 5.6

Структура курса

Уровень 1		Уровень 2	Уровень 3
Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Практика 1 год
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов	120 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов	1200 часов

Таблица 5.7

Уровень 2	Уровень 3	
Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов

Большое значение для активизации гостиничного образования имел симпозиум Международной Ассоциации Школ гостиничного управления (Париж, 1989) и выступление на нем американского исследователя Ф. Гоу с докладом «Глобальный подход к интеграции туризма в гостиничный менеджмент». В дальнейшем активизировал свою деятельность в формировании гостиничного образования Совет Гостиниц, Ресторанов и Учебных Учреждений для решения проблем современности.

Д. Павесик изучает проблемы гостиничного образования: учебные планы и программы будущего. Некоторые проблемные задачи, с которыми сталкиваются специалисты в этой высоко конкурентоспособной международной индустрии:

- новые явления в информационных технологиях;
- изменение отношения к использованию окружающей среды;
- развитие новых подходов в заботе о клиентах;
- новшества в интерпретации посетителя и новых стилях управления.

Новая программа по туризму была разработана для развития умений и навыков и приобретения знаний в пограничном секторе сферы туризма, который должен стать ведущей частью мировой экономики в новом тысячелетии.

«3-х годичная модульная программа в сфере туризма» была утверждена в 2000 году.

Она разработана как экспериментальная учебная программа для сферы туризма на 30 лет, в расчете на благоприятные контакты с этой сферой; предназначена для студентов, осознанно стремящихся сделать карьеру в этом секторе (табл. 5.8 и 5.9).

Данная программа сочетает в себе высокий уровень изучения системы управления бизнесом с возможностями развивать глубокое проникновение в сложный механизм бизнеса, социальные и культурные проблемы, возникающие в сфере туризма; открыта для студентов со всех частей мира.

Таблица 5.8

Структура курса

Уровень 1		Уровень 2	Уровень 3
Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Практика 1 год
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов	120 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов	1200 часов

Таблица 5.9

Уровень 2	Уровень 3	
Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов

Модули программы в сфере управления бизнесом изучаются студентами, одновременно с другими курсами. Здесь широко представлен разнообразный спектр специальных модулей по вопросам, связанным с функционированием и развитием сферы туризма.

Уровень I. Концентрирует внимание на обеспечении понимания функционирования сферы туризма и той роли, которая предназначена ему в будущем. Программа также предусматривает понимание места туризма в современном обществе.

Уровень II. Развивает это понимание, рассматривая проблемы, поднятые туризмом.

Особый акцент делается на способы управления в сфере туризма и информационные системы в туризме.

Уровень III. На этом уровне рассматриваются маркетинговые проблемы.

Учебный курс заканчивается серией эпизодов, позволяющих создать базу для аналитических исследований проблем, возникающих в ходе развития сферы туризма и предлагать их решение.

Постоянные контакты с индустрией, с правительствами и международными организациями помогают добиваться гибкости учебных курсов и программ по всем специализациям. Такое положение дел позволяет надеяться на то, что учебные планы и программы в университете будут постоянно соответствовать потребностям общества и этой сферы экономики.

Результатом плодотворной политики университета является тот факт, что практически все выпускники университета занимают высокие посты в управленческом аппарате отрасли.

Только 0.6 % выпускников 2015 года не смогли найти достойную их пониманию работу в первые шесть месяцев после окончания университета.

«3-х годичная модульная программа с одногодичной производственной практикой в сфере туризма» – эта новая программа, стартовавшая в 2002 году, построена на проведенном университетом эксперименте в предоставлении образования в сфере управления и предполагает изучение структуры организаций, системы управления ими, и меняющуюся внешнюю среду.

Программа предоставляет возможности приобретения опыта и знаний, создания благоприятной карьеры в сфере бизнеса и управления.

Здесь можно получить необходимые навыки для успешной карьеры в бизнесе и управлении. Уникальная особенность этой программы состоит в том, что предоставляется возможность изучения именно тех элементов сферы услуг, которые соответствуют интересам и чаяниям студентов в продвижении их карьеры, или в которых они имеют уже определенный опыт. Сектор услуг включает розничную торговлю, финансовые услуги, туризм и гостеприимство – отрасли экономики, стремительно развивающиеся во всем мире и предоставляющие возможности занятости для высококвалифицированных специалистов.

В университете Суррея есть такая возможность, так как профессорско-преподавательский состав учебного учреждения имеет высокую репутацию во всем мире, предоставляя превосходные перспективы занятости – 98 % дипломированных специалистов получили высокооплачиваемую работу в течение 6 месяцев после получения высшего образования. Администрация этого учебного заведения имеет превосходные связи с предприятиями и компаниями данной индустрии.

В широком смысле цель этой программы состоит в том, чтобы развить умения и приобрести знания и навыки для успешной карьеры коммерческого директора.

По этой программе можно получить высококлассное образование в сфере управления бизнесом, приобретая знания и опыт в создании своей карьеры на самом высоком уровне.

Студенты на этой специализации не только получают прочное образование в сфере общего управления, но и изучают специализированные курсы в разнообразном спектре услуг. Программа предусматривает комплексное изучение аналитических аспектов системы управления коммерческими предприятиями. Каждый год разделен на два 15 недельных семестра, в каждом из которых изучается по шесть модулей.

Программа организована в три уровня, в пределах от вводных модулей на Уровне 1 к продвинутым темам на Уровне 3. Учебно-производственная практика проходит между семестрами 3 и 4 семестрами, как показано ниже (табл. 5.10 и 5.11).

Таблица 5.10

Структура курса

Уровень 1		Уровень 2	Уровень 3
Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Практика 1 год
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов	120 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов	1200 часов

Таблица 5.11

Уровень 2	Уровень 3	
Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6
60 кредитов	60 кредитов	60 кредитов
600 часов	600 часов	600 часов

После окончания обучения предусматривается трудоустройство в самых престижных компаниях и предприятиях как в Великобритании, так и за ее пределами: Disney, Alfred Dunhill, J. Sainsbury, Tesco, Safeway, IBM, ICL, Harvey Nichols, House of Fraser, Boots, Debenhams, Marks and Spencer, John Lewis Partnership, Ritz-Carlton, Inter-Continental, Hilton and Holiday Inn.



Каждый из модулей рассчитан на 100 часов учебной работы, включающей в себя лекции, лабораторные занятия, учебные программы. Выделяется время на самостоятельную работу для выполнения домашних заданий и написания эссе, с целью контроля усвоения пройденного материала. В целом загрузка студента в течение недели составляет 40 часов.

На всех уровнях при прохождении материала выставляется оценка, которая может носить формальный характер обычного экзамена, курсовой работы или некоторого сочетания того и другого. Существует возможность постепенного накопления оценок по мере продвижения в завершении обучения, так как не следует надеяться на результат окончательного экзамена.

В печати часто появляются заметки о престижности данного университета. Университет признан ключевым образовательным и учебным центром качественного образования ВТО и оценивается Попечительским Советом Образования Великобритании, как высококлассное учебное заведение. Ученые и преподаватели активно сотрудничают с практиками сферы туризма, проводят с ними консультации и руководствуются в своих научных работах опытом профессионалов, многие являются членами национальных и международных организаций, занимающихся проблемами развития этой сферы экономики. Благодаря тесным связям с этой индустрией университет имеет возможность приглашать в качестве преподавателей, практиков высокого уровня для занятий и научных исследований, как в Британии, так и за ее пределами.

Все участники учебного процесса должны продемонстрировать свою мотивацию собственного развития и роста карьеры именно для этой программы, что является привлекательным для предпринимателей средством предложить служащим с хорошим потенциалом укрепиться на предприятии и сделать карьеру, что, в свою очередь поможет процессу найма рабочей силы и удержанию потенциально добросовестных и трудолюбивых сотрудников.

Ценя свою независимость, университет Суррея осознает реалии мира как ключ к своему положению среди учебных учреждений и свои тесные связи с промышленностью.

«3-х годичная модульная программа в сфере туризма» (2000) дает многочисленные выгоды и профессорско-преподавательскому составу, контактирующему с различными отраслями экономики на разных уровнях учебного процесса. Программа разделена на модули, а модули сгруппированы в три уровня. Каждому модулю соответствуют 10 кредитов. Существует выбор одновременно из двух модулей. Шесть модулей можно закончить через год и поэтому на каждый уровень отводится два года. Начиная с первого уровня, программа рассчитана на шесть лет. Успешно пройдя модули в 120 кредитов на первом уровне, участник получает свидетельство о высшем образовании. На втором уровне, пройдя 120 кредитов, учащийся получает диплом о высшем образовании. Диплом с отличием потребует прохождения еще 120 кредитов на 3 уровне.

Таблица 5.12

Шкала дипломирования

Основной сертификат	Сертификат о ВО	Основной диплом
60 кредитов	120 кредитов	180 кредитов
диплом о высшем образовании	обычный диплом	почетный диплом
240 кредитов	300 кредитов	360 кредитов

Таблица 5.13

Содержание курса (всего 60 кредитов)

Теория туризма и практика 1 и 2
Методы исследования 1 и 2
Основные принципы финансирования. Управление финансами

Для дальнейших 60 кредитов можно выбрать 6 модулей из следующих:

- Политика в сфере туризма и ее организация.
- Маркетинг в туризме.
- Путешествие и транспортирование.
- Управление системой привлечения туристов.
- Информационное управление.
- Деловая стратегия.
- Развитие гостиниц.
- Деловой этикет.
- Самостоятельная работа.

Каждый уровень эквивалентен годовому изучению в течение полной академической недели. Однако, существуют другие промежуточные вознаграждения для тех, кто не желает закончить полный курс обучения по данной программе (табл. 5.12). Посещаемость занятий, как правило, 24 часа на каждый модуль по 3 часа на сессию (табл. 5.13).

При прохождении всех модулей существует стремление использовать все возможности, доступные на рабочем месте. Программа отличается особой гибкостью по отношению к запросам и интересам участников учебного процесса. При этом учитывается и предыдущий опыт, квалификация и знания, полученные в других областях, происходит коррекция знаний, опыта.

У студентов есть возможности продолжить обучение на любом уровне, выбирая любые модули и строя по-своему их сочетание.

Способы обучения: дистанционное; ускоренный курс; стационарный полный курс.

Для получения диплома бакалавра необходимо успешно завершить обучение на 3-х уровнях – 120 кредитах. Для получения диплома магистра – на еще дополнительных 60 кредитах.

Гибкий курс предлагает глубокое изучение сферы туризма и индустрии гостиничной отрасли в сочетании с высоким уровнем исследования проблем, подходов и методов, связанных с высшим образованием и дальнейшим повышением квалификации в этом секторе.

Интернет и развитие информационных технологий реконструировали всю индустрию туризма, создав новые модели, изменив структуру каналов распределения в сфере туризма и перепроектируя все процессы в нем.

Новая магистерская программа «Туризм и Интернет» сблизила развивающиеся отрасли:

- информационные технологии / Интернет-торговля;
- туризм / путешествия / гостеприимство;
- стратегический менеджмент / маркетинг / планирование.

Туризм через Интернет стремительно растет. Специалисты по электронному маркетингу предсказывают достижение оцененных ценностей \$ 45.2 млрд. к 2018 году.

Английские ученые Д. Аллен и Т. Вильсон в своей работе «Информационные стратегии в высшем образовании Великобритании» предсказывают, что диалоговая покупка путешествий достигнет \$ 60.4 млрд. в 2018 году.

Европейский рынок для диалоговых путешествий, увеличился на 300 % в 2016 году.

С ростом информатизации общества повышается потребность в специалистах, владеющих современными информационными технологиями во всех отраслях экономики.

Этим проблемам уделяют внимание во всех странах мира. Такой уровень роста выведет эту индустрию впереди других электронных отраслей экономики подобно компьютерным средствам и программному обеспечению.

Люди могут легко проводить исследование в электронной сети. Эти тенденции приводят к огромному спросу на специалистов с навыками в сфере туризма и электронной торговле.

Технология и туризм – два из наиболее быстро растущих секторов в глобальной экономике, сочетание навыков работы в этих двух секторах обеспечит трудоустройство для будущих специалистов, так как существует большой спрос на знания и экспертизы в международном бизнесе.

По мнению А. Поона («Туризм: технология и конкурентные стратегии»), будущие менеджеры традиционных организаций туризма и гостеприимства должны включать информационные коммуникативные технологии в свой стратегический и операционный инструментарий.

От менеджеров требуется руководить, развивать и управлять продуктом традиционных компаний в системе Интернет. Предпринимателям-новаторам приходится определять новые возможности в рамках целой цепи ценностей и использовании информационных коммуникативных технологий для создания продукта в сфере туризма и гостеприимства.

На фоне этих глобальных изменений университет в г. Суррей решил начать внедрение магистерской программы «Туризм и Интернет» впервые в мире.

Курс сосредотачивается на способах использования самых последних информационных коммуникативных технологий в сфере туризма для достижения конкурентоспособных преимуществ в новом цифровом глобальном мире. Специализированные модули включают: электронное планирование, маркетинг, менеджмент, торговлю и снабжение. В модульную систему курса включены также модули с предметами более традиционного направления в сфере туризма и гостеприимства.

Магистерская программа «Туризм и Интернет» охватывает 3 главные сферы:

- предприятие – управление – маркетинг;
- туризм – путешествие – гостеприимство;
- информационные коммуникативные технологии.

С возрастанием спроса на специалистов со знаниями и опытом работы в этих трех сферах, возрастает возможность их трудоустройства. Данный курс получил значительную поддержку от целого ряда лидирующих в этой области предприятий: BTA, Thomas Cook, British Airways WorldRes, SolMelia Hotels, Micros-Fidelio, The First Resort.com, и таких национальных и международных организаций, как:

- ВТО. Кругосветное путешествие и Совет по Туризму.
- Европейская Комиссия.
- Британская Ассоциация по туризму.
- Ассоциация Британских Транспортных Агентств.
- Туристское Общество.

- Дипломированный Институт Маркетинга.
- Группа индустрии путешествий.
- Ассоциация Независимых Туроператоров.
- Международная Федерация Информационных Технологий и Туризма.

Программа обеспечивает желательные профессиональные навыки и знания будущих профессионалов сферы туризма. Только отлично подготовленные специалисты с инновационными подходами способны эксплуатировать динамические достижения, что позволит их туристским организациям заработать капитал на использовании информационно-коммуникативных технологий.

Современная гостиничная отрасль – международный бизнес и, подобно любому другому бизнесу, его менеджеры должны иметь навыки в сфере финансов, маркетинга и организации труда. Учебный курс «Туризм – путешествие – гостеприимство» предназначен для того, чтобы привить эти навыки на примере функционирования предприятий гостиничной отрасли.

По мнению Т. Гриффина и И. Стеар («Демифологизация связующего звена между туризмом и гостеприимством»), указанный курс не сосредотачивается только на ежедневных управленческих проблемах гостиницы, а на более широких стратегических и аналитических аспектах дела. Д. Боуэн, Ф. Котлер, Д. Майкенз в своем фундаментальном труде «Маркетинг.

Гостеприимство и туризм» подчеркивают сложность организации гостиницы, что означает – эта индустрия может предлагать возможности работы для всех типов людей: любящих общаться с людьми или с информационными данными. Всегда есть возможность приложения своих сил. Важно понять, что должности в гостинице различаются: они не бюрократические и требуют от работников осуществления множества активных действий самостоятельно по своей инициативе. Большинство должностей в гостинице отличает активная деятельность не только в течение нормированного рабочего дня. Они требуют от своих работников абсолютной преданности и отдачи. Однако приятным моментом можно считать возможность путешествовать.

О насущных проблемах этой отрасли говорилось на конференции Совета гостиниц, ресторанов и образовательных заведений «Учебные планы для гостиничного менеджмента в XXI веке» (Д. Брайтер) (1995). Проблемы отрасли поднимают в своих исследованиях Р. Левис («Образование в сфере гостиничного менеджмента»), Т. Пауерс («Гостиничная отрасль: взгляд в будущее»), Т. Пауерс, К. Ригель («Прекрасное будущее для образования в сфере гостеприимства») Р. Спарроу, П. Попиларз («Стремление вперед в гостиничной отрасли»). Ученые утверждают, что гостиничная отрасль является частью более широкого мира туризма и путешествий.

Современный менеджер должен понимать, как этот мир функционирует.

Модульная структура курса позволяет студентам совершенствовать свои знания, связанные с туризмом, и применить их на практике. Университет способен готовить квалифицированных дипломированных специалистов, как в гуманитарной сфере, так и в области научных исследований.

По очевидным причинам, гостиничная отрасль нуждается в дипломированных специалистах со знанием иностранных языков. Важно понять философию курса.

Университет – не «гостиничная школа» в Европейском смысле концентрации внимания на технических умениях ремесла.

Университет не использует чисто деловой подход «школы общего управления». Он рассматривает гостиничную отрасль как современный бизнес, уделяя внимание, как технологической стороне управления, так и свойствам службы услуг, признавая, что традиции гостеприимства и бизнеса должны сочетаться со знанием дела – что и определяет главную задачу этого курса.

А. Морей утверждает, что индустрия досуга, в ее самом широком смысле, является одной из наиболее существенных элементов глобального сектора услуг. Это отрасль экономики, показывающая самый стремительный рост, как в глобальном масштабе, так и в Великобритании. Индустрия досуга составляет существенную часть, относительно всей экономики Великобритании, и более важна для экономики, чем производство.

Наряду с увеличивающимися возможностями работы в отраслях индустрии досуга, сам досуг становится все более и более доминирующим аспектом в жизни населения. В дополнение к более традиционным аспектам досуга, таким, как посещение сельской местности и побережья, музеев, луна-парков и кино, есть существенный рост в домашнем досуге, особенно телевидения и Интернета. По мнению французских и американских исследователей (Ж. Фейт, Д. Граджан, Э. Шафер, Г. Меллер, Р. Гетти), активная сторона индустрии досуга теперь проявляется и в других областях сектора услуг.

Магистерский курс «Туристский менеджмент» – один из самых продолжительных учебных университетских курсов в сфере туризма. Первые студенты начали изучение этого курса в 1972, и с тех пор многие из них продолжают занимать высокие административные должности в данной отрасли, в государственных органах и в мировых академических кругах.

Этот курс стремится дать фундаментальные знания глубокого анализа ситуаций в системе управления в сфере туризма, благодаря чему эта сфера стала одной из самых больших отраслей экономики во всем мире. Руководителем курса является профессор Д. Айрей, который впервые появился в университете в 1975 году.

После многочисленных соглашений с правительством Великобритании и Европейским Союзом он создал учебную программу, как научную дисциплину в сфере туризма.

Профессора Д. Айрея поддерживает международная команда, состоящая из представителей Канады, Китая, Финляндии, Греции, Венгрии, Шри-Ланки, Турции и Британии; многие ее члены – мировые эксперты по данной специализации. Это позволяет создать основу истинно научного учебного курса, в обучении которому принимают участие эксперты со всего мира.

К. Гронрос в своем исследовании («Модель качества услуг и ее применение в маркетинге») отмечает, что маркетинг должен стать всеобъемлющей философией любого предприятия, и туризм не является исключением в этом правиле.

Маркетинг – это функция идентификации клиентов и их желаний и предоставление туристского продукта таким образом, чтобы он отвечал целям рынка, на котором он появляется. Кроме того, «маркетинг – это предвидение изменений в деловой среде и создание такого продукта, который будет соответствовать данным возможностям». Туризм – один из немногих спектров экономики, который продемонстрировал непрерывный бурный рост в течение 2-ой половины XX столетия. Развитие сферы путешествий во всем мире создает множество проблем, с другой стороны создавая блага и принося выгоду обществу.

Решение поставленных задач нуждается в профессиональных знаниях и серьезных обучающих стратегиях при подготовке специалистов.

Магистерская программа «Планирование и развитие в сфере туризма» была создана в 1981 и предназначена для решения вопросов в этой сфере.

Темы профессиональной подготовки включают: «Проектную оценку», «Анализ воздействий окружающей среды», «Прогнозирование», «Развитие гостиниц», «Путешествие и транспортирование», «Туристская политика и организация», «Управление сектором развлечений».

Анализ технологии учебного процесса в самом крупном университете Великобритании позволяет сосредоточиться на структуре и содержании нескольких магистерских программ, которые могут быть полезны для отечественного профессионального образования. Основу этих программ составляет кредитно-модульно-рейтинговая система обучения и контроля, внедрение которой является обязательным для всей системы высшего образования на Украине.

Де Монтфорт Университет Британии имеет обширный диапазон программ для аспирантов, удовлетворяющих большинство их ожиданий. Продолжительность программы по специализации «Туризм, окружающая среда и общество» – 3 года для стационарного обучения; минимум 5 лет для других форм. Все претенденты рассматриваются на индивидуальном основании.

Предыдущий опыт и другие квалификации учитываются.

Обучение осуществляется в университетских городках Бедфорд, Лэнсдоун и Полхолл.

Студенты получают прочные знания и приобретают умения, которые помогут им найти применение своим силам во многих сферах:

- туризм;
- экономическое развитие;
- планирование городов и регионов;
- управление и сохранение сельской местности;
- журналистика / описание путешествий;
- консультации по проблемам туризма;
- центральное и местное управление;
- благотворительный сектор и неправительственные организации.

Программа обучения нацелена на знакомство студентов с широким диапазоном проблем туристской сферы в контексте окружающей среды. Акцент делается на понимании туристской отрасли в контексте социальных, политических, экономических, культурных проблем и задач сохранения и охраны окружающей среды на международном, национальном, местном уровнях от Бедфорда до Восточной Азии, Новой Зеландии и Северной Америки.

Много внимания уделяется знакомству с данными проблемами на местах, включая путешествие до Андалузии (Испания), в Дарем и Бристоль, изучение окрестностей Бедфорда.

При обучении по данной программе особенно критически исследуются вопросы философии туризма и ценностей туристской индустрии и роли туризма в глобальной экономике.

Кроме основных дисциплин, составляющих ядро туристской сферы, студенты изучают вопросы консервации сельской местности и планирования ее эксплуатации, жизнестойкое состояние и развитие окружающей среды в период глобализации. Кроме того, студенты могут изучать некоторые дисциплины из других модулей, которые преподаются в Бедфорде.

Академическое обучение в сфере туризма проводится в прикладном варианте, то есть профессионально восприимчивом. Студенты изучают педагогику туризма, английский язык, исследования окружающей среды, отдых и досуг, популярные культуры, социологию и спорт.

Уровень 1. Студенты выбирают основные модули, которые прививают и развивают навыки и умения изучения главных тем программы.

Уровень 2. и Уровень 3. Студенты поощряются в развитии навыков анализа.

Существует возможность глубокого изучения специфических тем туризма. На Уровне 3. отдельные преуспевающие студенты начинают работу над своим дипломом по теме, связанной с учебным планом. Основные формы обучения – лекции, семинары, симпозиумы, а также индивидуальная работа в проектной группе формируют основу обучения.

Используются разнообразные методы оценки, включая эссе, проекты, отчеты, презентации проектов и письменные экзамены.



Российская Международная Академия Туризма (1981) – является негосударственным хозрасчетным высшим учебным заведением, соучредители которой: Министерство образования РФ, Администрация Московской области, АО «ЦСТЭ-ИНТУР – Центральный Совет по Туризму». Академия имеет широкую сеть филиалов в РФ и СНГ.

В соответствии с государственной лицензией Академия Туризма готовит бакалавров по направлению «Менеджмент» и кадры по специальности «Менеджмент организации».

По результатам экспертизы (2000), проведенной Министерством образования, Академия Туризма заняла 42 место среди 100 лучших (не)государственных вузов России. В 2012 году по результатам рейтинга вузов России – РМАТ заняла первое место в числе негосударственных аккредитованных вузов. По окончании обучения выдается диплом о высшем образовании государственного образца с квалификацией «бакалавр» (срок очного обучения – 4, заочного – 5.) и «специалист» (очное – 5, заочное – 6).

Институт Технологии Туризма Российской Международной Академии Туризма готовит бакалавров по направлению «Менеджмент» и кадры по специальности «Менеджмент организации» по специализациям: менеджмент гостеприимства, туризма, туристской анимации, иностранного туризма; экологический, экскурсионный менеджмент. Формы обучения: очное и заочное высшее образование, второе высшее образование.

Учебная программа, кроме общеобразовательных дисциплин, включает обязательное и усиленное изучение на протяжении всех лет обучения двух иностранных языков, экономических и юридических дисциплин, компьютерных технологий в сфере туристского бизнеса, специальных дисциплин, необходимых руководителю туристской фирмы (агентства, комплекса, гостиницы).

Подготовка специалистов производится по авторским программам, соответствующим требованиям государственного образовательного стандарта. В ходе обучения студенты направляются на внутреннюю и зарубежную стажировку, предоставляется возможность участия в студенческом научном обществе и работы в студенческой экскурсионной фирме «Вольный ветер». Институт является членом Барменской ассоциации России, Всероссийского народного туристского общества, сотрудничает с кафедрой ЮНЕСКО РМАТ.

По окончании обучения выдается диплом о высшем образовании государственного образца с квалификацией «бакалавр менеджмента туризма» (срок обучения 4 года) и «дипломированный специалист-менеджер туризма» (срок обучения 5 лет).

Зарубежную стажировку студенты ИТТ проходят в Турции, Болгарии, Кипре, Греции, Египете, где имеют возможность познакомиться с опытом работы ведущих предприятий сферы туризма и гостеприимства. РМАТ осуществляет большую работу по развитию, как туристической деятельности, так и совершенствования туристского образования.

РМАТ имеет более широкий опыт внедрения учебных программ в сфере туризма и активно делится своими инновационными подходами с вузами в нашей стране.

Опыт профессионального образования в России особенно важен для становления и развития отечественного высшего образования.



Всемирно известный университет Сорбонна во Франции осуществляет свою научную и учебную деятельность совместно с Французским Агентством туристского проектирования, Торгово-промышленной Палатой Парижа, Региональными Комитетами по туризму, Федеративной Ассоциацией Гостеприимства Франции., Федерацией Международных Молодежных Организаций Путешествий, Институтом Воздушного Транспорта Франции, Национальной Компанией Железных Дорог Франции и многими другими государственными и общественными организациями.

В 1961 внутри Университета Париж I (Пантеон – Сорбонна) института был создан институт под именем Центра Высшего образования по Туризму (CEST), в 1989 ставший Институтом Исследований и Высшего образования в Сфере Туризма (IREST).

Это учебное заведение отпраздновало свою 45-ую годовщину 27 сентября 2006. Институт готовит специалистов на разных уровнях по специализациям: «Гостиничное дело», «Туристские стратегии», «Туристское проектирование и развитие», «Туристские и гостиничные стратегии», «Туристский менеджмент» и «Международное гостиничное дело». Специалисты, получившие диплом по этим направлениям имеют возможность трудоустройства в секторе путешествий, на курортах, в парках отдыха и развлечений, в государственных и общественных туристских организациях, территориальном административном аппарате, различных ассоциациях, национальных и международных ведомствах, занимающихся оценкой, проектированием и построением объектов туристической деятельности.

Студенты, обучающиеся в этом институте, имеют возможность прервать свое обучение и продолжить его в одном из профильных учебных заведений в любой европейской стране.

На стадии Интернатуры возможна стажировка на одном из предприятий туристской отрасли в европейской стране. Учебный процесс в этом институте характеризуется высоким уровнем технического оснащения, применением современных информационных и педагогических технологий с совершенствованием традиционных способов обучения: лекции, семинары, коллоквиумы, научные конференции. Институт проводит международные научные конференции и семинары совместно с Национальным Агентством Туристского Проектирования. В 2002 году конференция проходила по теме «Капиталовложения в туризме» и привлекла к участию 850 специалистов.

В сфере дипломирования **Институт Исследований и Высшего образования в Сфере Туризма** предлагает 3 типа дипломов профессионального образования:

I. Национальный диплом 2-х годичного цикла.

Профессиональный диплом «Лисанс» по специализации «Гостиничное дело и туризм» с двумя специальностями, «Гостиничное дело» и «Туристское распределение».

II. Национальные дипломы 3-х годичного цикла:

- Диплом о высшем специальном образовании «Право и налоговая система в туризме».
- Европейский диплом о высшем образовании по специализации «Туризм – культура – среда».
- Диплом о высшем образовании по специализации «Туристские стратегии в гостиничной отрасли» с двумя специальностями – «Туристское проектирование и развитие» и «Международное гостиничное дело».

III. Диплом университета 3-х годичного цикла исследований в сфере туризма.

Содержание обучения включает два уровня: общее и специализированное образование.

Затем обязательная стажировка и защита диплома на французском языке, некоторая часть дипломной работы защищается на английском языке.

Все обучение осуществляется по модульной системе: в среднем 20 модулей (модуль включает 15 час.). Общее количество часов на каждом уровне обучения 300. Для получения общего диплома специалиста туристского бизнеса необходимо выбрать предметы с общим количеством часов – 195.

Для получения диплома о высшем специальном образовании в Сорбонне в IREST по специализации «Туристские стратегии в гостиничной отрасли» необходимо изучить следующие обязательные модули дисциплин: «Управление качеством туристских и гостиничных услуг», «Финансирование туризма», «Управление маркетингом», «Компьютеризованная деловая игра», «Туризм и налоговая система», «Стратегии туристских и гостиничных операторов», «Туристский маркетинг», «Экономика туристской индустрии», «Менеджмент межкультурного общения».

Для диплома по специальности «Международное гостиничное дело» следует изучить следующие обязательные модули дисциплин:

- «Универсальная система отчетности»;
- «Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном деле»;
- «Управление трудовыми ресурсами».

Обязательные модули по специальности «Туристское проектирование и развитие»:

- «Развитие территориального туризма»;
- «Моделирование и туристские количественные методы»;
- «Анализ и проектирование».

Модули на выбор:

- «Туристский e-маркетинг»;
- «Туризм и безопасность»;
- «Туризм И Инновации»;
- «Местное развитие и долгосрочный туризм».

Студенты, которые хотят получить национальный диплом 3-х годичного цикла по специализации «Право и налоговая система в сфере туризма», могут пройти профессиональную подготовку в течение одного года, имея соответствующую для этого квалификацию.

Образование включает 300 часов учебного времени, семинары и конференции, участие в больших туристических мероприятиях и в посещении предприятий, минимальную 3-х месячную стажировку, а также обязательную учебную поездку за рубеж в начале года.

Цель: профессионально подготовить студентов, делая их способными создать свое туристическое предприятие на уровне повышенной ответственности.

Главная задача – передать им гуманистический подход к туристской деятельности, так же как культуру общения и обмена информацией, как рычаг местного экономического развития.

Основная задача такого образования состоит в формировании функций, мобилизующих будущих дипломированных специалистов на активную творческую деятельность, понимание всех ее аспектов, решение юридических и налоговых вопросов, способных реализовать себя в рамках туристической деятельности, как в национальном, так и международном масштабе.

Будущие специалисты должны использовать новейшие информационные и коммуникативные технологии и методологии. Специалисты сферы туризма должны обладать как юридической, так и отраслевой компетенцией, чтобы решать с помощью полученного первоклассного образования наиболее значительные туристские проблемы.

Будущие специалисты успешно трудоустраиваются в коммерческом частном секторе (агентства по организации поездок, гостиничного дела, тематических парков, консультаций, ассоциаций и бюро по исследованиям).

Это означает профессиональную деятельность в руководящих составах административных служб в качестве юридических операторов и консультантов по проблемам:

- юридическим – налоговым; коммерческим и административным;
- развития проектов;
- финансовой реконструкции;
- межличностных отношений.

В территориальном секторе – это должности референтов или руководства в офисах туризма, в объединениях по обслуживанию туристов, в главном управлении по туризму, и в международных органах (ОЭРС, МОТ – Европейская комиссия по культуре), организаторами печати в сфере туризма и управляющими он-лайн услуг. Претенденты должны работать в правовом учреждении или иметь диплом эквивалентного уровня, занимать руководящую должность в сфере туризма и гостиничного дела.

Новое направление в сфере туристского образования – специализация «Европейский туризм, культура и окружающая среда» – 300 часов, с 3-х месячной зарубежной стажировкой.

Организация образования по тематическим модулям усиливает сближение профессиональной проблематики и академического обучения. Она облегчает некоторый уровень специализации благодаря возможностям выбора специфических модулей. Образование, обеспеченное профессионалами и институтскими кадрами, представляет приблизительно 45 % общей суммы часов, к которым добавляются конференции, обеспеченные специалистами.

Цель обучения по данной специализации – направленность в сторону новых профессий, связанных с появлением на рынке туристского продукта с превалированием таких понятий, как «достояние» и «среда», принимая в расчет развитие долгосрочного и экологического туризма. Управление туристской деятельностью должно располагаться в рамках долгосрочного развития с учетом природоохранного и человеческого факторов. Цель получения диплома о высшем специальном образовании состоит в том, чтобы дать студентам инструментарий анализа, позволяющего им осуществить приоритеты в будущем, объявленные ОЭРС.

Когда профессионализация направлена в сторону туристской деятельности, то политика освоения территории, оценивания естественного и культурного достояния, требует подразделения специалистов, карьера которых пройдет в секторах, отмеченных разнообразием общественных и государственных структур, особенностями территориального туризма. Они должны способствовать разумному развитию долгосрочного туризма.

Д. Джако и Ж. Паскуалини в своем исследовании «Туризм в Европе» утверждают, что заинтересованные рынки массового туризма или отдельных предметов культурного достояния призывают к дальнейшему его развитию. Расширяется простор туристской деятельности и формируется международная ее природа, наблюдается растущая подвижность рабочих мест.

Выпускники работают в различных сферах туристической деятельности:

- менеджерами в учреждениях финансового и коммерческого управления; общественных / частных структурах;
- референтами в культурных и экологических, общественных / частных учреждениях, на национальном / местном уровне; сфере туризма, культуры и окружающей среды; административно-территориальных образованиях (район, отдел, регион, природные парки, офисы туризма); отделах внешних операций государства. Существует несколько должностей международного уровня (ЮНЕСКО, ЕС, ООН). К этим ранее идентифицированным профессиям, добавились те, которые соответствуют новым информационным и коммуникативным технологиям.

Развитие экологического туризма, увеличение туристских экологических брендов на европейском уровне и концепция новых продуктов в культурной или экологической доминанте предлагают также новые пути трудоустройства. Профессиональная компетентность таких специалистов заключается в разнообразных аспектах туристической деятельности в:

- работе в учреждениях финансового и коммерческого управления;
- составлении финансовых документов;
- туристском посредничестве административно-территориальных агентств, стимулирующих охрану и защиту окружающей среды и долгосрочный туризм при региональных и национальных природных парках, в ассоциативном и частном секторе (конструкторские бюро, агенты по организации туристических поездок), включив их в стратегии экологической политики;

- разработке туристических маркетинговых стратегий;
- создании и развитии новых инструментов реализации туристского продукта.

Кандидат на получение европейского диплома о специализированном высшем образовании по специализации «Европейский туризм, культура и окружающая среда» должен обладать следующими дипломами:

- Магистр делового администрирования.
- Бакалавр в сфере туризма и гостиничного дела.
- Бакалавр в сфере внешней торговли.
- Магистр международного университета туризма и гостиничного дела.

Для получения европейского диплома специального высшего образования необходимо изучить следующие обязательные модули:

- «Туристская система»;
- «Окружающая среда»;
- «Культурный туризм»;
- «Управление и коммерческое общение»;
- «Европейские программы»;
- «Туристское повышение стоимости культурного достояния»;
- «Право окружающей среды в сфере туризма».

Университет в Сорбонне создал совместно с ЮНЕСКО, кафедру ЮНЕСКО (1998) в **Институте Исследований и Высшего Образования в Сфере Туризма** для научной работы в сфере культуры, туризма и общественного развития. Сотрудники кафедры для укрепления межпредметных связей сотрудничают с **Институтом Изучения Экономического и Общественного развития (IEDES)** и Посредническим отделом культуры и изобразительных искусств университета.

Цель создания кафедры в том, чтобы

- способствовать систематической деятельности в сфере исследований, образования, информации и документации;
- содействовать формированию стратегий культурного туризма для долгосрочного развития;
- способствовать местным туристским организациям участвовать в проектах и в прибылях от туризма, облегчая диалог между культурами.

Деятельность кафедры способствует региональному и межрегиональному сотрудничеству исследователей и профессоров международного уровня.

В результате плодотворной деятельности кафедры ЮНЕСКО в 2012 году был осуществлен 21 проект из 26 стран и 41 университета. IREST осуществляет внутри своей Лаборатории туристских исследований научные изыскания, касающиеся различных аспектов туризма.

Институт привлекает преподавателей университета, исследователей, специалистов, а также и студентов, которые находят там руководителей своих научно-исследовательских работ.

Студенты располагают всем программным обеспечением в рамках своего подразделения и своих исследовательских работ для изучения проблем оптимизации, организации и управления туристской деятельностью, используя программное обеспечение, специфически приспособленное к туризму, позволяющее изучать сферы туризма и анализировать его развитие, составление и выбор туристской политики, анализ выбора партнеров туристского сектора и прогнозирования. Этот университет находится на передовых позициях развития современной науки и техники, использует новейшие их достижения в профессиональной подготовке специалистов для сферы туризма.

Туризм является самой быстро развивающейся отраслью в Новой Зеландии и поэтому, в этой стране большой спрос на специалистов данного профиля с университетским дипломом.



Туризм, как специализация, существует в **Линкольн Университете** с 1984 года, где предлагается международная программа. Выпускники университета получают знания и умения в разных сферах этого разнообразного сектора экономики.

Линкольн Университет предлагает программу на диплом бакалавра по специализации «Туристский менеджмент» для студентов, заинтересованных в карьере в сфере туризма и связанных с ним секторах. Эта программа рассчитана на полный 3-х летний курс обучения по 24 предметам: 16 обязательных предметов и возможности специализации по одному из направлений. Сочетание основных предметов дает студентам возможность серьезного понимания международного бизнеса в туризме, широкое понимание социальных, культурологических вопросов и проблем окружающей среды, в контексте которых функционирует сфера туризма.

Учебный курс концентрирует свое внимание на людях, местах и бизнесе.

Диплом бакалавра «Туристский менеджмент» дается по специализации в следующих направлениях: «Международный туризм»: международный бизнес; маркетинг; управление трудовыми ресурсами; информационные технологии.

«Туристская среда»: управление природоохранными объектами; управление объектами в исторических зонах; социальное и общественное развитие.

«Туристские услуги» – управление: гостиничным делом; местами развлечений; местами отдыха; транспортом. На *первом году обучения* студенты знакомятся с индустрией туризма и создают прочную базу для понимания целостной его природы. Этот курс включает основные управленческие умения специалистов этого сектора экономики.

Студенты выбирают тему своего будущего исследования. На *втором курсе* предлагаются предметы, развивающие навыки управления и аналитического мышления. Студентов учат критически воспринимать многочисленные проблемы и тенденции в мировом туризме.

Третий курс предлагает изучение поведения туриста и социальные, культурологические, экономические влияния и воздействие окружающей среды на туризм, планирование развития туризма. Этот курс интегрирует разнообразные элементы туризма, которые изучались ранее, и предлагает перспективы, как в частном, так и в общественном секторе.

В дополнение к обязательным предметам на третьем и четвертом курсах студенты должны выбрать несколько предметов для научной работы, которые отражают специфику определенного сектора сферы туризма. В конце второго курса обучения есть возможность по обмену попрактиковаться в сфере туризма – «Альтернативные исследования в туризме».

Темы таких исследований представлены в табл. 5.14. Существует также возможность для исследования сферы туризма при обучении и получении следующих дипломов:

- Бакалавр по коммерции (Гостиничный и Рекламный Менеджмент).
- Бакалавр по коммерции (Транспорт).
- Бакалавр планирования и развития Маори.
- Бакалавр управления рекреационными зонами в туризме.
- Бакалавр по исследованию природных ресурсов.

В 2000 году Линкольн Университет достиг самых высоких показателей в трудоустройстве своих выпускников в такие компании: Авиалинии Новой Зеландии, Паромная переправа, международные гостиницы, туристские агентства, международные центры аттракционов, аппарат местных или центральных администраций.

Анализ организации учебного процесса в ведущих вузах многих стран показывает, что главными факторами его успешности являются такие технологии:

- четкая постановка целей обучения и требований к обучающимся;
- разнообразие и гибкость в выборе программ и модулей;
- учет индивидуальных потребностей в обучении каждого студента;
- высокий уровень методического обеспечения;
- высочайший уровень профессионализма преподавательского состава;
- обязательная практика на туристском предприятии;
- возможность продолжения обучения в любом вузе данной или европейской страны.

Связи с трудовой деятельностью укрепляются путем участия представителей предприятий сферы туризма в руководстве высшими учебными заведениями, путем более активного использования студентами и преподавателями у себя в стране и за рубежом возможностей ученичества, совмещения работы с учебой, путем осуществления обменов между сферой труда и высшими учебными заведениями, путем пересмотра учебных программ, чтобы тесно увязать их с производственной деятельностью на предприятиях туристской сферы.

Анализируя учебные планы и программы зарубежные, исследователи уделяют особое внимание интеграции самого учебного процесса и интегрированию региональных программ в период постоянных перемен и изменению в них в глобальном и многокультурном мире.

Такой анализ представляет большой интерес для организации туристского образования на современном уровне в Украине.



Программа подготовки в сфере исследований

1 год	Введение в туризм Исследование окружающей среды в глобальном масштабе
2 год	Окружающая среда в глобальном туризме Принципы и организации в туризме
3 год	Поведение туриста Планирование и развитие туризма Планирование предприятий в сфере туризма
Самая лучшая практика в сфере управления и аналитического мышления	
1 год	Введение в законодательную базу по защите окружающей среды Информатика Экономические принципы Статистика Финансовое управление предприятием или введение в экономику Предприятия
2 год	Введение в управление предприятием Принципы маркетинга Методы научных исследований
3 год	Стратегия бизнеса

Академия Туризма лицензирована Министерством образования Турции и аккредитована Образовательным Институтом Ассоциации Отелей США (EI-AH & LA). Система обучения построена на основе образовательных программ EI-AHLA, BKF и сочетает в себе лучшие традиции и богатый опыт международного образования в данном направлении.

Особое внимание уделяется изучению иностранных языков. Высшее образование (бакалавриат) ведется на основе программ Европейского института общественных связей, бизнеса и гуманитарных наук. **Специальности**

- Отельный менеджмент.
- Менеджмент Общественного питания.
- Экономика.
- Менеджмент мероприятий.
- PR & Маркетинг.

У каждого студента есть возможность получить сразу три специальности – «Отельный Менеджмент», «Менеджмент Общественного питания», «Экономика в Туризме и кейтеринге».

Три диплома за весь период обучения: Диплом Турецкой республики, Американский диплом, а также диплом Европейского Союза. Прохождение оплачиваемых стажировок и трудоустройство в лучших отелях Анталийского побережья. Возможность прохождения стажировок и трудоустройства за рубежом (Канада, США, Китай, Австралия), а также в Турции.

Академия Туризма в Анталии является сертифицированным центром приема международного экзамена по английскому языку TOEFL. Академия Туризма в Анталии является ассоциированным членом UNWTO. Углубленное изучение иностранных языков (английский, турецкий, немецкий).

Сегодня индустрия гостеприимства и туризма – является вторым по популярности работодателем в мире после государственных структур. Выпускники Академии могут работать в:

- административных структурах органов управления туризмом;
- экономических отделах организаций и предприятий;
- ресторанах и предприятиях общественного питания;
- туроператорских и турагентских организациях;
- организации выставок и ярмарок;
- экскурсионных бюро;
- развлекательных комплексах;
- гостиницах.



Колледж Туризма в Анталии – это единственный колледж в Турции с обучением на русском языке, который имеет лицензию Министерства Образования Турции и работает по новейшим международным стандартам образования в туризме. Выпускники колледжа туризма в Анталии получают дипломы Министерства образования Турции, возможность сдать дополнительный экзамен и получить европейский сертификат соответствия, который позволяет трудоустроиться в Европе. Удобный учебный график вне туристического сезона (конец октября – середина апреля) позволяет студентам, занятым в туристическом бизнесе легко сочетать обучение в колледже с работой в туристических организациях Турции.

В летнее время проводится производственная практика. Обучение ведется на русском языке, английский и турецкий языки изучаются углубленно.

В учебную программу входит также изучение специальной терминологии в туризме на английском и турецком языках. В Колледже Туризма в Анталии обучение проводится по модульной системе – как во всех европейских странах. Программа обучения в колледже туризма разработана в соответствии с новейшим европейским стандартом качества профессионального образования принятым Евросоюзом совместно с Турцией.

Этот проект был внедрен с целью приведения специального профессионального образования в Турции и странах ЕС к единому стандарту. Выпускники колледжей, участвующие в этом проекте, получают возможность трудоустройства в Европе и во всем мире.

Большое внимание уделяется изучению новейших компьютерных технологий и программ, которые широко используются в туристической деятельности.

Специальность «Туристические агентства». Квалификация: специалист по операциям в туристическом агентстве; специалист по резервациям в туристическом агентстве. Срок обучения 2 года. Основной цикл занятий проходит с конца октября до середины апреля.

В летний период студенты проходят практику непосредственно в туристических организациях (турфирмах, отелях, ресторанах, аквапарках) Анталии, других городах Турции.

В список изучаемых дисциплин помимо общеобразовательных входят: туроперейтинг, управление персоналом, экономика организации предприятия, финансы, бухгалтерский учет, деятельность туристических агентств, документальное обеспечение управления и архивоведения, экскурсионная деятельность, информационные технологии в туризме, реклама в туризме, иностранные языки (английский, турецкий), история и культура Турции, туристические центры в Турции и другие.

В колледже туризма предусмотрено углубленное изучение английского и турецкого языков с преподавателями-носителями языка по программе «Деловой иностранный язык», что позволит овладеть ими в совершенстве. Выпускникам колледжа туризма в Анталии гарантируется трудоустройство в туристических организациях Анталии и Турции, оказывается содействие в трудоустройстве в европейских и других странах.



5. 2. СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ

В мире обозначилась тенденция, связанная с переходом на другой тип обучения – «инновационный». Ему присущи, по мнению ученых (Н.В. Бордовская, Р.М. Грановская, А.А. Реан), две характерные особенности.

Первая – это обучение предвидению – ориентация человека не столько в прошлом опыте и настоящем, сколько на далекое будущее. Такое обучение должно подготовить человека к использованию методов прогнозирования, моделирования и проектирования в жизни и профессиональной деятельности. Отсюда столь важно развитие воображения, акцентирование внимания на проблемы и трудности, ожидающие человека в будущем, альтернативные способы их разрешения.

Второй особенностью инновационного обучения является включенность обучающегося в сотрудничество и участие в процессе принятия важных решений на разном уровне.

Инновация (от лат. in - в, novus – новый) означает нововведение, новшество.

Главным показателем инновации является прогрессивное начало в развитии вуза по сравнению со сложившимися традициями и массовой практикой.

Поэтому инновации в системе образования связаны с внесением изменений в:

- цели, содержание, методы и технологии, формы и организации и систему управления;
- стили педагогической деятельности и организацию учебно-познавательного процесса;
- систему контроля и оценки уровня образования;
- систему финансирования; в учебно-методическое обеспечение;
- систему воспитательной работы;
- учебный план и учебные программы;
- деятельность преподавателя и обучающегося.

В историческом плане масштаб (объем) нового всегда относителен. Новизна носит конкретно-исторический характер, то есть может возникать раньше «своего времени», со временем стать нормой или устареть. Переход на инновационный путь развития связан, прежде всего, с масштабными инвестициями в человеческий капитал. Развитие человека – это и основная цель, и необходимое условие прогресса современного общества. Это и сегодня, и в долгосрочной перспективе – наш абсолютный национальный приоритет.

Вот почему актуальной задачей становится подготовка, повышение квалификации, обучение смежным и вторым профессиям специалистов в сфере туристской индустрии, формирование предпринимательского корпуса с учетом новых экономических условий, традиций и мирового опыта. Наряду с этой задачей стоит и задача обучение обучающихся – перепрофилирование, переподготовка и повышение квалификации преподавателей специальных учебных дисциплин охватывая при этом целый спектр туристских и гостиничных услуг. их организацию, финансирование, техническое обеспечение, внедрение новых технологий. Цельный ряд международных правовых документов регламентирует организацию и проведение профессионального обучения и предъявляет соответствующие требования к ее организаторам.

Конвенция Международной организации труда 1975 года «О профессиональной ориентации и профессиональной подготовке в области развития людских ресурсов» предусматривает всесторонне скоординированную политику и программу профессиональной ориентации и подготовки каждого государства-члена организации, тесно связанные с занятостью.

Там предписано постепенно расширять, приспособливать и гармонизировать системы профессиональной подготовки, чтобы они отвечали потребностям молодых людей и взрослых в получении профессиональной подготовки в течение всей их жизни, во всех секторах экономики, отраслях экономической деятельности и на всех уровнях квалификации и ответственности.

Рекомендация МОТ «О профессиональном обучении взрослых, включая инвалидов», и «О специальных программах обеспечения занятости и подготовки молодежи в целях развития» разработаны и приняты по вопросам профориентации и переподготовки кадров. Европейская социальная хартия (1961, Турин) и пересмотренная (1996, Страсбург), декларирует право каждого на профессиональную ориентацию, профессиональное обучение.

Глобализация охватывает самые существенные стороны экономических, политических, информационных и культурных процессов, устанавливает почти мгновенную связь между разными регионами планеты. Глобальные процессы бросают вызов многим странам, нациям и этносам. Правильно сориентироваться в вызовах современности и избрать оптимальную стратегию развития – главная задача украинского социума.

Выбор правильной стратегии предусматривает наряду с другими факторами, также и развитие сети высококачественного туристского сервиса в Украине, а это означает многоплановую подготовку специалистов сферы туризма в вузах Украины.

На современном этапе развития общества все больше потребностей возникает в сфере диалога культур, коммуникативного общения народов, главным способом реализации которых является туризм, как феноменальное явление мира в период глобализации. В развитии потребностей активную роль играет мировоззрение, которое вырабатывает систему ценностей – оценок значимости для человека тех или иных явлений объективной реальности.

В документе ЮНЕСКО «Открытое и дистанционное обучение: перспективы и вопрос политики» (1997), отмечается, что дистанционное образование широко используется на разных уровнях высшего образования на базе открытых университетов с заочным обучением. В свою очередь такие учебные заведения организуют программы и присуждают научные степени, эквивалентные образованию в колледже и в университете. Это побуждает систему высшего образования использовать современные информационные технологии. Наличие множества компьютеров, других источников информации сильно меняет интеллектуальную сферу.

Дистанционное обучение служит целям непрерывного образования, изначально выступающее проводником идеи «конечного образования», представляя собой надстройку к существующей системе. В отношении туристского образования идет формирование специфической среды обучения, которая соответствует разноплановой туристской деятельности.

Практически во всех высших учебных заведениях в развитых странах мира, где готовят специалистов сферы туризма, обязательным компонентом образования является дистанционное обучение. Основными областями его применения являются сферы профессионального дополнительного образования: повышение квалификации и переподготовка, последипломное среднее и высшее, словом, образование образованных взрослых. Такой вид образования особенно распространен в сфере туристского образования на современном этапе развития мирового сообщества.

Все современные формы дистанционного и диалогового образования широко представлены в сфере туристского образования, так как без современных технологий невозможна туристская деятельность вообще. Одним из основных элементов компетентности специалиста сферы туризма является умение владеть компьютером.

Туризм как часть сервиса широко распространен, трудно себе представить человека, который не съездил на море или не планирует туда поехать в ближайшее время.

Самое главное, что эта часть сферы сервиса практически неиссякаема, если учесть еще и совсем неразвитость космического туризма, то возможности впечатляют.

Некоторые страны живут за счет туризма – доля прибыли составляет до 90% .

Выбирая образование в сфере сервиса и туризма, можно заложить хороший фундамент своего дальнейшего жизненного пути. Знания, полученные в данной области, положительно скажутся, как на общем восприятии жизни, так и на карьерном пути.

Установлено, что индустрия туризма и гостиничного хозяйства выступает как один из регуляторов занятости населения. Ежегодно в этой сфере создается около 3 млн. рабочих мест.

На рынке рабочих мест Европейского Союза 13% занимает туризм.

В мировой туристской системе, по данным Международной организации труда (МОТ), занято более 130 млн. человек, а создание здесь одного рабочего места обходится примерно в 20 раз дешевле, чем в промышленном секторе экономики.

Примеры развитых в туристском отношении стран (Испания, Тунис, Италия, Греция, Франция, Австрия), где в секторе обслуживания работает от 20 до 50% занятого населения показывают, что из трех новых профессий две могут возникнуть именно в туристской сфере.

Численность работников туристских предприятий с учетом других областей народного хозяйства, принимающие участие в обслуживании туристов (транспорт, гостиничный бизнес, торговля, связь, развлечения – по расчетам ВТО насчитывается свыше 100 таких отраслей) все время растет. Как показывает опыт последних лет, эта цифра будет продолжать расти.

Поэтому вопрос кадрового обеспечения сферы в ближайшее время будет в нашей стране стоять довольно остро. Во всем мире подготовке кадров для туристского бизнеса уделяется значительное внимание. По данным ВТО в начале 90-х годов в Европе насчитывалось 105 высших и 139 средних учебных заведений туристского профиля, в Америке – соответственно 6 и 17, в Азии и районе Тихого океана – 13 и 35. Больше всего учебных заведений, готовящих персонал для сферы туризма, в Великобритании 37, Испании и Италии – по 28, Франции – 22; на американском континенте выделяются Канада – 25, США – 22 и Чили – 12, а в азиатско-тихоокеанском регионе – Австралия – 16, Китай – 6, Филиппины – 5 и Япония – 4.

В отчете «Образование для европейцев – на пути к образованному обществу» (2002) Европейский круглый стол промышленников заявил о роли непрерывного образования, выдвинув концепцию образовательной активности на протяжении всей жизни человека. Такая образовательная цепочка включает базовое общее и профессиональное обучение, затем – высшее образование, но большая ее часть приходится на образование взрослых.

Каждое звено такой образовательной цепи в равной мере важно, поскольку оказывает влияние на другие ее звенья. С тревогой приходится констатировать все более углубляющийся разрыв между уровнем образования, необходимого для работников, и той подготовкой, которую фактически обеспечивают учебные заведения.

В самой системе образования еще много недостатков и издержек.

Слишком много студентов бросают учебу, а у тех, кто ее завершает, в том числе и выпускников университетов, часто не хватает нужных умений для практической деятельности.

Для вхождения в Общество Знаний нужны всесторонне развитые люди с навыками работы с людьми, не нуждающиеся в постоянном руководстве, способные действовать в условиях неопределенности, вести самостоятельный поиск путей решения сложных проблем, включенных в философию непрерывного образования. Постоянные и быстрые перемены требуют непрерывной подготовки и переподготовки, постоянного обучения и модернизации умений, а значит, и соответствующих перемен в характере профессиональных квалификаций.

Университеты сегодня получают дополнительный шанс сыграть более влиятельную роль в образовании за счет расширения сферы своей деятельности, а именно, развития образования для взрослых и непрерывного образования, которое необходимо разворачивать и в самих университетах, и на предприятиях, и в организациях, и, в целом, в обществе.

В числе основных вопросов, которые обсуждают все участники образовательного процесса, академические свободы и обеспечение демократического доступа к образованию.

В высшей школе женщины должны быть представлены наравне с мужчинами, причем на всех уровнях и во всех сферах, включая и уровни принятия решений. Большое внимание было уделено проблемам кооперации и сотрудничества. Универсальность высшего образования подразумевает, что оно призвано не только давать знания, но и в первую очередь воспитывать.

Главная миссия высшего образования – подготовка и воспитание людей в долгосрочной перспективе, а не решение краткосрочной задачи, связанной с адаптацией рабочей силы к потребностям рынка, а также развитие человека и повышение его вклада в рост социально-экономического благосостояния путем воспитания в духе гражданственности и создания условий для подготовки в течение всей жизни.

Университеты должны изучать тенденции будущего общественного развития, определять его сценарии, что позволит обеспечить выбор оптимального пути, исходя из принципа, согласно которому будущее в меньшей степени зависит от технически возможного, а в большей – от возможного и желательного в социальном плане. Универсальность высшего образования означает, что любая, осуществляемая под его эгидой деятельность, должна способствовать становлению культуры мира, которая начинается с уважения и учета интересов и желаний другого. Культура мира подразумевает участие, вовлеченность, чувство ответственности, соблюдение принятых на себя обязательств, содействие становлению мира во всем мире.

Сегодня высшие учебные заведения все больше испытывают потребность в такой модели управления, основу которой составляет прогноз. Речь идет о необходимости прогнозирования требований рынка трудовых ресурсов, об обеспечении нужной динамики в программах обучения, о том, чтобы выйти на такие организационные структуры и обучающие стратегии, позволяющие своевременно, творчески и эффективно, подходить к решению проблем, порождаемых неопределенным будущим.

Проанализированные программы вузов туристского профиля в странах ВТО позволяют составить подробное представление о системе профессиональной подготовки в туристской сфере, выявить основные ее направления, специальные модули, определить сроки.

Все вышеизложенное свидетельствует о том, что данная система в целом носит гибкий и прозрачный характер, что позволяет ей быстро приспосабливаться к новым, постоянно меняющимся условиям развития общества. Профессиональная подготовка специалистов сферы туризма невозможна без таких ее этапов, как повышение квалификации и переподготовка.

Это диктуется потребностями глобализации всех процессов в мире и отвечает потребностям сообщества, которое избрало для своего развития и существования лозунг «обучение в течение всей жизни». Поэтому будущая политика Европы в сфере образования должна укрепить преимущества Европы в обладании высококвалифицированной рабочей силой.

Это потребует уже глубоких институциональных изменений в системе управления.

Институт Туристского Менеджмента при ВТО (ИТМ) является учебным заведением повышения квалификации по вопросам международной гостиничной отрасли и индустрии туризма. Обучение по всем предметам в этом институте ведется исключительно на английском языке, отличные знания которого необходимы для поступления наряду с наличием диплома о высшем образовании. После 4 семестров успешного обучения студенты получают диплом.

Цель обучения – обеспечить студентов фундаментальными знаниями, основанными на культурном, интеллектуальном и моральном развитии в мультикультурной среде для управленческого аппарата среднего звена в гостиничной отрасли и индустрии туризма.

Программа обучения включает 60 недель плюс Интернатура между 2 и 3 семестрами.

В конце 4 семестра студенты сдают государственный экзамен (письменно и устно), представляют дипломную работу, которую они готовят на протяжении последнего семестра обучения. Содержание курса обучения представлено в табл. 5.15.

Обучение по данной программе позволяет подготовить будущих предпринимателей в сфере туризма и смежных с ним отраслях. Лекции, семинарские занятия дают обширную информацию по самым важным вопросам развития туристской отрасли. Большое внимание уделяется культурологическим дисциплинам и иностранным языкам.

Таблица 5.15

Программа обучения в ИТМ

Главные сферы	Предметы	Семестр	Часы
Менеджмент	Бухгалтерский учет	1-4	3
	Управление частными предприятиями и компаниями	1-4	2
	Управление	3-4	3
	Экономика	1-4	2
	Маркетинг	1-2	2
ПРАКТИКА	Прикладной менеджмент	1-4	2
	Управление баром	1-2	2
	Обработка данных	1-4	2
	Экономика кухни и питания	1-3	2,5
	Взаимоотношение с технологией и окружающей средой	3	3
	Питание	1-2	1
	Управление ресторанным бизнесом	1-3	2,5
Предметы по туризму	Торговое право	3	3
	Культурологические аспекты	3	3
	Операционные структуры в гостинице	1-2	3
	Организация туристических агентств	2-3	1
	Философия	4	3
	Туризм	1-3	1,5
ИНТЕРНАТУРА	На предприятиях туристской сферы	между семестрами 2/3	40

Практика занимает значительное место в учебном плане института. Программа обучения в ИТМ составлена из нескольких курсов.

1. «Менеджмент»: 1 Бухгалтерское дело.

Цель обучения: обеспечить студентов знаниями и умениями, которые необходимы для выполнения всех задач и обязанностей в бухгалтерском деле в сфере туризма. Осуществляется подготовка студентов для понимания всех данных, углубленное изучение юридических принципов ведения бухгалтерских книг, подготовка отчетов в соответствующей форме.

Обучение содействует таким задачам:

- развитие способностей к аналитическому мышлению и интерпретации данных с целью принятия решений и использования данных в вопросах менеджмента;
- углубленное изучение различных форм учета затрат, используемых в реальной жизни;
- освоение принципов статистического управления (анализ и критика балансовых отчетов, постоянная интерпретация данных);
- критический подход к экономическим проблемам;
- самостоятельная работа индивидуально и в команде;
- знание бухгалтерского дела для индивидуального бизнеса и экономики в целом.

1. 2. Прикладной менеджмент.

Цель обучения: студенты знакомятся с обязанностями менеджера в сфере туризма; учатся управлять персоналом эффективно, решать и внедрять решения управленческих задач.

1. 3. Область управления частными предприятиями и компаниями.

Цель обучения – введение в сферу администрирования в гостиничной отрасли. Задачи:

- обеспечение студентов знаниями структуры управления и системы отношений между внутренней и внешней стороной предприятия отрасли;
- содействие пониманию экономических отношений и их влияния на работу предприятия;
- подготовка отчетов современных предприятий;
- знакомство с методами управления;
- воспитание умений принимать и выполнять управленческие решения на предприятии.

1. 4 Управление.

Цели обучения – обеспечить

- понимание задач управляющего в сфере туризма, что требует знания связи между постановкой цели, внедрением решения и контролем его исполнения;
- технические предпосылки для осуществления операционного поиска информации.

1. 5. Обработка данных.

Цели обучения: показать принципы:

- построения, применения и организации электронной обработки данных, как поэтапной специальной подготовки;
- приобретения знаний об организационных проблемах, которые возникают с использованием электронной обработки данных;
- приобретения навыков решения простых организационных проблем;
- действия оборудования для электронной обработки данных;
- понимания факторов влияния электронной обработки данных на работу предприятия;
- освоения навыков в программировании и изучения его языков.

1. 6. Экономика.

Цели обучения: 1) обеспечить а) понимание структуры и соотношение экономических процессов и теорий сегодняшнего дня; б) развитие способностей у студентов оценивать экономические параметры и политико-экономические отчеты с акцентом на возрастающую важность индустрии услуг и ее влияние на экономику; 2) научить а) распознавать экономические проблемы индустрии гостеприимства; б) обсуждать возможные решения проблем.

1.7. Операционные структуры сферы гостеприимства.

Цели обучения:

- ознакомить с практической работой в сфере индустрии туризма;
- научить а) принимать на себя ответственность за принятие решений; б) самостоятельно выполнять задания; в) понимать процессы работы предприятия; г) работать в команде.

1. 8. Технология и отношения с окружающей средой.

Цели обучения: обеспечить знаниями об оснащении гостиниц и ресторанов, использовании материалов, особенностях планирования, связанных с окружающей средой.

1. 9. Организация турагентств.

Цели обучения:

- знакомство с организацией туристического агентства;
- руководство практической работой с соответствующим рабочим материалом.
- приобретение знаний о функционировании туристских агентств в соответствии с требованиями международного туризма и в сотрудничестве с организациями сферы обслуживания;

1. 10. Маркетинг.

Цели обучения:

- обеспечить знание задач и целей маркетинга;
- научить понимать влияние рыночной ситуации на содержание маркетинговых целей;
- привить навыки маркетинговых стратегий с целью достижения максимальных продаж;
- научить пониманию основ психологии для исследования рынка, презентации услуг, ценовой политики, рекламы, инновационных маркетинговых подходов.

II. Практика

2.1. Питание и экономика в сфере кулинарии.

Цели обучения:

- обеспечить необходимыми знаниями о продуктах для приготовления пищи и знаниями, основанными на принципах диетологии;
- развивать умения и навыки самостоятельно планировать процесс приготовления пищи в соответствии с современными организационными принципами;
- научить акцентировать внимание на умелом владении методами экономического использования материалов и труда.

2. 2. Питание.

Цели обучения: а) развивать понимание важности адекватного питания для поддержания физической и умственной формы; б) обеспечить знаниями о питательности, пищевых добавках, специях, травах, приправах и продуктах; в) ознакомить с правилами правильной обработки продуктов с целью сохранения их питательной ценности; г) обеспечить знаниями современных типов питания и самых распространенных диет.

2. 3. Обслуживание и управление рестораном.

Цели обучения:

- обеспечить глубокими знаниями всех типов обслуживания;
- способствовать развитию умений выполнять соответствующие задания соответственно современным организационным требованиям;
- совершенствовать понимание сферы гостеприимства.

Предпосылками для работы в этой сфере являются: организованность, чистоплотность, соответствующая внешность, хорошие манеры.

III. Туризм и культура

3.1. Торговое право.

Цели обучения: ознакомить с:

- юридической системой; б) принципами системы юридических структур;
- основами положений законодательного регулирования для менеджеров в сфере гостеприимства. (Закон о труде, право социального обеспечения; типы предприятий).

3. 2. Изучение культурологических аспектов.

Цели обучения:

- обеспечить знаниями о культурных эпохах, которые оказали влияние на Европу и другие континенты, особенно в связи с развитием туризма;
- способствовать пониманию внутренних культурных ценностей и обычаев, обсуждению их исторических корней;
- содействовать развитию навыков самостоятельно классифицировать и оценивать различные произведения искусства.

3. 3. Философия.

Цели обучения: ознакомить студентов с основами философской антропологии, психологии, теории образования и философии, сориентированными на индустрию услуг. Философия обсуждает существенные проблемы и возможные решения, содействующие воспитанию в студентах независимости и критического мышления. Здесь обсуждаются значительные различия в ценностях, отношениях и мышлении в культурах разных народов и стран. Содержание курса показано в табл. 5.16. Интересны также принципы обучения и подготовки специалистов сферы туризма в Гонконге, самом динамично развивающемся городе мира. Его гостиничная и туристическая индустрии процветают благодаря смешению культур и гостеприимству людей. Качество туристского продукта и услуг высоко оценивается туристами всего мира.

Таблица 5.16

Распределение кредитов по семестрам

Семестры	1 год		2 год		Час
	1	2	3	4	
Бухгалтерский учет	4	4	3	3	210
Управление частными предприятиями и компаниями	4	4	3	3	210
Управление	-	1	2	2	75
Экономика	2	2	2	3	135
Маркетинг	-	-	3	3	90
Прикладной менеджмент	2	2	2	2	120
Управление баром	2	2	2	3	135
Обработка данных	4	4	-	-	120
Экономика кухни и питания	-	-	1	1	30
Взаимоотношение с новыми технологиями и окружающей средой	-	-	3	-	45
Питание	2	2	2	2	120
Управление ресторанным бизнесом	4	4	4	4	120
Торговое право	2	2	-	-	60
Культурологические аспекты	2	3	3	-	120

Операционные структуры в гостинице	2	-	-	-	30
Организация туристических агентств	3	3	2	-	120
Философия	3	3	2		120
Туризм	3	3	2		120

Школа Гостиничного и Туристского Менеджмента при Политехническом Университете Гонконга (ШГТМ) была создана в 1979 году. Она предлагает высококачественные программы обучения, признанные во всем мире; имеет в своем составе 40 специалистов из 14 стран мира.

Большинство специалистов этой школы имеют дипломы докторов философии или эквивалентные квалификации и международное признание за свои исследования в этой сфере и являются редакторами или членами многочисленных редакторских комиссий 25 журналов.

Это учебное заведение играет ведущую роль в организации, спонсировании и проведении международных конференций с участием академиков, студентов и профессионалов индустрии туризма для обмена идеями, опытом распространения результатов своих исследований.

ШГТМ занимает ведущее место в гостиничной сфере в Азии и имеет намерение получить международное признание как самое лучшее учебное заведение в мире по подготовке специалистов в сфере гостеприимства и туризма.

Цель магистерской программы подготовки специалистов заключается в создании теоретической и научно-исследовательской базы для приобщения студентов к научным исследованиям в сфере гостеприимства и туризма. ШГТМ проводит экспертизу по таким направлениям:

- Гостиничный менеджмент.
- Управление трудовыми ресурсами.
- Стратегический менеджмент в гостиничной отрасли и туризме.
- Туристическое планирование с акцентом на Китай и Южную Азию.
- Ответственный туризм, развитие природного и культурного туризма.
- Маркетинг туристических целей и поведение путешественника.
- Экономическое и социальное влияние туризма.
- Моделирование перспективного спроса.
- Услуги и исследование качества услуг в секторе гостеприимства.
- Управление информационными системами в туризме и гостеприимстве.
- Управление мероприятиями в секторе конференций в сфере туризма.

Структура и содержание обучения

Для написания магистерской работы необходимо пройти 9 кредитов для получения диплома магистра и 15 – диплома доктора философии. Все предметы преподаются на английском языке. Существует возможность создания индивидуальной программы, согласно предыдущему опыту и интересам студента. Такая гибкость дает возможность студентам наиболее полно реализовать себя. Для прохождения магистерской программы допускаются студенты, имеющие: диплом бакалавра в сфере гостеприимства и туризма; диплом бакалавра в других сферах, и кто в данный момент трудится в этой сфере не менее года. Эти студенты должны изучить целый ряд дополнительных фундаментальных предметов. Для получения диплома доктора философии необходимо иметь: диплом магистра в этой сфере, диплом магистра в других отраслях + научные исследования в виде диссертации и не менее года стажа в этой сфере.

Гонконгский Политехнический Университет (ГПУ) – единственный относящимся к сфере услуг в своем роде учебное заведение, предлагающее программу подготовки специалистов на степень бакалавра, магистра и доктора философии. Все программы готовят будущих специалистов к управленческой карьере в этих сферах.

Школа признает, что ни одного образования, ни опыта работы недостаточно, чтобы создать прочный фундамент для развития и совершенствования сферы туризма. Школа дает сочетание прочной образовательной базы и разнообразного опыта в сфере туризма.

Школа Профессиональной Подготовки и Повышения Квалификации в Сфере Туризма в Макао ставит перед собой цель обеспечить специалистами высокого класса самую динамичную отрасль экономики страны. Она привлекает студентов сделать карьеру в туризме, получив фундаментальную подготовку и развив умения и навыки управленческой деятельности.

Таблица 5.17

Программа вводного курса

I. Что вы знаете о туризме	4 час.
II. Краткая информация о гостиницах	4 час.
III. Умения обслуживать клиента	8 час.
IV. Культурное наследие Макао	4 час.
V. Профессиональная беседа	2 час.
VI. Посещение объектов	2 час.

Большое внимание в этом учебном заведении также уделяется культурологическим, экономическим, социальным и политическим аспектам. Студенты больше узнают об истории Макао, его экономике, культуре и влиянии окружающей среды на город.

Программа вводного курса подготовки специалистов, как показано в табл. 5.17, делится на 6 модулей и в общей сложности составляет 24 часа практических занятий.

Кроме того, программа предлагает следующие курсы во всех модулях: «Общественные отношения», «Туризм», «Гостиничное дело» и «Снабжение»:

- Исследование организации дела.
- Определение и анализ потребностей потребителя.
- Проект специализированной программы обучения.

Институт научных исследований в сфере туризма при этом учебном заведении организовал совместно с факультетом «Образование и молодежные службы» 3-х годичный учебный курс «Туристские технологии». В течение 3-х лет студенты изучают следующие предметы: первый год – знакомство с индустрией туризма; теория и практика (помещения, питание и напитки).

Второй год: английский; знакомство со сферой туризма; общественные отношения; въездной туризм; выездной туризм. Третий год: Интернатура и дипломный проект. Содержание программы курса демонстрирует табл. 5.18. Для получения диплома бакалавра студентам необходимо пройти обучение в течение четвертого дополнительного года и написать дипломную работу. Институт осуществляет активную деятельность по обмену студентами со многими странами Азии, Европы и Тихоокеанского побережья. Таким студентам предоставляется возможность получить фундаментальное образование в сфере гостеприимства и туризма, изучить особенности данного региона, который по признанию экспертов является самым перспективным в мире.

Программа обучения на получение диплома доктора философии в сфере туризма университета Суррея готовит студентов для преподавательской деятельности в стенах университета или научных работников на государственной службе и в частном секторе.

Учебный курс – 70 часов после завершения программы магистра, включая 24 часа на научное исследование – всего 3,5года.

Курс обучения на степень магистра по специализации «Туризм» в университете Суррея в Великобритании, как повышение квалификации предназначен для людей, работающие не менее трех лет или планируют работать в системе образования или на административных должностях. Для получения магистерского диплома студенты должны завершить прохождение 120 кредитов, выбирая модули с 10 или 15 кредитами каждый и заканчивать дальнейшие 60 кредитов написанием диссертации. Некоторые студенты, имеющие опыт работы в данной отрасли, могут быть освобождены от изучения 4 модулей по 10 кредитов каждый.

Таблица 5.18

Программа курса

1 год – 1 семестр	Кредит
Английский язык	2
Введение в информатику	2
Японский язык / мандаринский диалект	2
Математика	2
Введение в бизнес	2
Португальский	2
Взаимодействие культур	3
Социология в туризме	2
Технология туристических агентств	2
Введение в индустрию туризма	3
География туризма	2
1 год – 2 семестр	Кредит
Английский язык	2
История Макао	2
Введение в информатику	2
Интернатура в туристических агентствах	3
Японский язык / мандаринский диалект	2
Математика	2
Принципы менеджмента	
Португальский	2
Технология туристических агентств	2
Введение в индустрию туризма	3
География туризма	2

Продолжение таблицы	2 год – 1 семестр	
Бухучет		2
Экономика		2
Разговорный английский язык		2
История искусств		2
Прикладная информатика		2
Японский язык / мандаринский диалект		2
Законодательство в туризме		3
Статистика		2
Управление в сфере путешествий		2
Португальский		3
Туризм и окружающая среда		2
Продолжение таблицы 5.18		
	2 год – 2 семестр	Кредит
Бухучет		2
Экономика		2
Разговорный английский язык		2
Принципы ведения гостиничного дела		3
Прикладная информатика		2
Японский язык / мандаринский диалект		2
Управление рекреационными зонами		2
Статистика		2
Принципы транспортировки		2
Португальский		3
Интернатура в туристических агентствах		2
	3 год – 1 семестр	Кредит
Учет затрат		2
Экономика		2
Английский язык		2
Финансовый менеджмент		2

Продолжение таблицы	
Управление информационными системами	2
Японский язык / мандаринский диалект	2
Маркетинг	3
Управление трудовыми ресурсами	2
Управление в сфере авиапутешествий	2
Португальский	3
Планирование и развитие туристических целей	2
3 год – 2 семестр	Кредит
Учет затрат	2
Туристский маркетинг	2
Английский язык	2
Финансовый менеджмент	2
Управление информационными системами	2
Японский язык / мандаринский диалект	2
Этика	3
Управление трудовыми ресурсами	2
Управление аэропортами	2
Португальский	3
Планирование и развитие туристических целей	2

Способы обучения: дистанционное и курс ускоренного обучения. Содержание курса: студенты должны закончить следующие модули (50):

- Туризм: теория и практика 1 и 2.
- Туризм и образование в сфере гостеприимства.
- Методы научных исследований 1 и 2.

Студенты выбирают, по крайней мере, два из следующих 15 кредитов для дистанционного обучения с помощью Школы образовательных исследований.

Методы обучения / изучения

Критический самоанализ и создание схемы своей самостоятельной работы, взятой из теорий обучения. Анализ делается на основе изучения обучающих теорий, стилей и способов обучения и их отношения к методам: как обучение соотносится с учебным планом и предполагаемой программой, с этикой в процессе обучения. Определяется применение теоретических исследований в свете собственного опыта студента.

Образовательные отношения

Впечатления от обучения / изучения с точки зрения участников. Развивается понимание роли участников в процессе обучения / изучения того, как содержание влияет на них, на психологические процессы и поведение участников во время этого процесса.

Развивается умение применять теории на практике и способность улучшать практические навыки через альтернативные конструкции и понимание педагогических явлений. Темы рассматриваются во взаимодействии с группой, коммуникативными моделями, интерактивными обучающими методами, информационным процессом.

Учебный план и структура курса

Цель этого модуля – знакомство с целым рядом теорий, моделей, концепций учебных планов, особенно тех, которые относятся к курсам по повышению квалификации.

Теории обучения

Цель модуля – знакомство студентов с широким спектром обучающих теорий и размещение обучения в определенной среде в параметрах саморазвития и меняющегося общества.

Лидерство в образовании

Этот модуль позволит студенту проанализировать и использовать на практике различные типы лидерства. Оставшихся 40 кредитов студенты выбирают из следующих модулей:

- туристский маркетинг;
- деловой этикет;
- операционные системы и стратегии в гостиничной отрасли;
- политика и организация в туризме;
- путешествие и транспортировка;
- управление системой привлечения туристов;
- основы финансов.

Этот курс обучения предназначен для людей, которые уже работают не менее трех лет или планируют работать на младших и средних управленческих должностях в гостиничной отрасли. Для получения магистерского диплома студенты должны закончить обучение по 120 кредитам, выбирая модули с 10 или 15 кредитами каждый и пройти изучение еще 60 кредитов с написанием диссертации. Некоторые студенты, имеющие опыт работы в данной отрасли могут быть освобождены от изучения 4 модулей по 10 кредитов каждый.

Для завершения образования необходимо изучить содержание модулей (70 кредитов):

- операционные системы в гостиничной отрасли;
- операционные стратегии в гостиничной отрасли;
- деловой этикет;
- путешествие и транспортировка;
- научные методы исследования;
- основы финансов.

Оставшихся 50 кредитов студенты выбирают из следующих модулей:

- туризм: теория и практика;
- туристский маркетинг;
- путешествие и транспортировка;
- технология питания;
- информационный менеджмент;
- деловая стратегия;
- свойства менеджмента;
- развитие гостиницы;
- самостоятельное исследование.

Успешное завершение программы с 120 кредитами позволяет получить высшее образование с дипломом аспиранта. Диплом магистра требует прохождения дополнительных 60 кредитов с написанием диссертации. Программа магистерского ускоренного курса специально разработана для тех специалистов, которые не могут посещать стационарные занятия полностью.

По ускоренному курсу можно пройти изучение таких дисциплин:

- туристский менеджмент;
- туризм и образование в гостеприимстве;
- международный гостиничный менеджмент.

Эта магистерская программа была разработана для подготовки будущих менеджеров, управленцев и других специалистов сферы досуга, туризма и гостеприимства с пониманием отношений между культурой и деловой средой. Затрагивая современные дебаты в сфере досуга, культуры и туризма, программа предлагает высококачественное образование для системы управления, в которой особенно нуждается эта сфера. Существуют три способа обучения в этом учебном заведении: дистанционное обучение; летне-осенние занятия; освобождение от работы на один или несколько дней для повышения квалификации.

Эта специальная программа была изобретена для тех, кто не может выделить целый год на обучение для получения магистерского диплома, но кто в меру своих способностей может получить этот диплом, пройдя обучение ускоренным курсом. Данная программа способствует получению глубоких знаний, профессиональных умений и навыков, профессиональному знанию английского, навыкам исследовательской работы, навыкам общения, написанию отчетов и эссе.

Дополнительная программа повышения квалификации в **Техасском Институте Менеджмента** предлагает 5 степеней дипломированного специалиста. Два из них – дипломы исследователей, три – дипломы специалистов, рекомендуются тем студентам, которые не планируют защиту докторской степени по философии.

Дипломы в сфере научного исследования

Доктор Философии в сфере «Развлечения, парки и науки о туризме».

Магистр исследований «Развлечения, парки и науки о туризме».

Дипломы специалиста

Магистр в сфере «Развлечения, парки и науки о туризме».

Магистр сельского хозяйства «Отдых и развитие природных ресурсов».

Магистр сельского хозяйства в сфере «Развитие природных ресурсов».

Для прохождения магистерской программы необходимо закончить 4-х годичный курс обучения в колледже или университете и получить диплом бакалавра, а для прохождения программы на степень доктора философии необходимо иметь степень магистра.

Все претенденты должны: продемонстрировать свои способности в дальнейшем изучении наук и склонности к научному исследованию; иметь адекватную подготовку, чтобы продолжить изучение наук для получения диплома специалиста в избранной сфере.

Программа магистра в сфере «Развлечения, парки и науки о туризме» предназначена для студентов, заинтересованных в продолжение изучения науки и написании докторской диссертации, а также для профессионалов данной сферы. Эта программа предусматривает минимум в 35 дополнительных кредитов к диплому бакалавра. Как правило, требуется от 2 до 3 лет для завершения этого курса. Хотя время обучения изменяется в зависимости от индивидуальных обстоятельств. Данная программа предназначена для профессионалов в этой сфере.

Программа магистра сельского хозяйства в сфере «Отдых и развитие природных ресурсов» предназначена для студентов, преследующих профессиональную карьеру. Эта программа требует 36 кредитов, включая профессиональную Интернатуру.

Как правило, подготовка магистерской работы завершается в течение 2,5 лет.

Программа магистра сельского хозяйства в сфере «Развитие природных ресурсов» разработана для студентов, заинтересованных в профессиональной карьере с организацией управления природными ресурсами. Эта программа требует 36 кредитов, плюс профессиональная Интернатура – 2,5 года. Программа подготовки доктора философии в сфере «Развлечения, парки и науки о туризме» готовит студентов для карьеры преподавателя университета или ученого, занимающегося научными исследованиями на государственной службе или в частном секторе.

По этой программе необходимо изучение материала объемом в 70 кредитов дополнительных специальных курсов и написания диссертации в течение 3,5 лет.

Задача магистерской программы в **Университете Богазичи** в Турции состоит в обеспечении одногодичного курса обучения опытных менеджеров, которые ставят перед собой цель усовершенствовать свои знания и умения в сфере туризма. Участники данной программы получают интенсивное академическое и практическое образование в сфере управления, сочетающее передовые теории бизнеса ведущих стран и регионов с изучением практических вопросов, связанных с проблемами взаимодействия персонала.



Программа учит их творчески решать многочисленные вопросы, возникающие в реальной жизнедеятельности любой компании. Программа сосредотачивается на решении таких вопросов, как «как думать» скорее, чем «что придумать».

Цель данной программы – научить исполнителей пониманию и стратегическому мышлению, необходимому для формирования исполнительских стратегий и успешного их осуществления.

Программа полностью вооружает будущих руководителей фирм и компаний всем необходимым для успешного продвижения в своей карьере. Участники данной программы получают в полном объеме инструментарий для решения актуальных и перспективных задач в сфере бизнеса.

Основу данной программы составляют специализированные курсы, которые обеспечат жизненную поддержку системе управления и дадут необходимые знания и умения в контексте стратегического мышления. Магистерская программа не предусматривает написание дипломной работы (общее количество кредитов – 45), а обучение продолжается в течение одного академического года (три семестра). Этот период может быть продлен не более, чем на шесть семестров. Программа требует завершения 16 курсов. (13 обязательных и 3 на выбор).

Учитывая тот факт, что студенты, участвующие в этой программе, ранее изучали разные предметы, предлагается специальная программа, корректирующая все полученные ранее знания. Программа включает два 4-х недельных периода интенсивного обучения, один в начале программы и другой в конце ее прохождения. Между этими периодами, осуществляется основная программа обучения. На этих специализированных курсах рассматриваются различные ситуации, связанные с вопросами стратегического управления, как на местном уровне, так и в глобальном масштабе. Для этого приглашаются лучшие лекторы мира по данным проблемам.

Международный Институт Гостеприимства на Гавайях (МИГТ) обеспечивает качественное краткосрочное обучение персонала в международной гостиничной индустрии, предлагая профессиональные курсы развития в секторе «Продовольствие и напитки», функционирование гостиниц, в сфере трудовых ресурсов и общего управления гостиничной отраслью дважды в год. За эти годы участниками были многочисленные представители различных организаций Тихоокеанского региона. Однодневные семинары, цель которых познакомить с передовыми методами обслуживания в гостиничной отрасли проводятся дважды в год на островах Мауи, Оаху, Большом Острове, Кауаи.

Однодневный формат таких семинаров отвечает запросам деловых людей.

На этих семинарах они восстанавливают ту информацию, которую они успели забыть и закрепляют уже известную, получают новую, для развития умений и навыков в процессе создания профессионала новой генерации. Семинары представляют менеджерам компактную версию программы, предлагаемой в МИГТ. Для желающих получить новую необходимую информации участники семинаров делают запрос на летний дополнительный курс.

Задача Школы Управления Индустрией Путешествий Международного Института Гостеприимства – быть ведущим профессиональным региональным учреждением в развитии, интеграции и распространении знаний, связанных со всеми аспектами индустрии путешествий через мультидисциплинарный подход. Эта задача определяет две цели: научное исследование и обслуживание. Эти цели соприкасаются следующим образом: исследование – концептуальное и прикладное, приемлемое к индустрии путешествий.

Обслуживание предусматривает ведущий центр информационных ресурсов и образования (повышение квалификаций и профессиональная подготовка) в государствах Тихоокеанского региона.

Школа обеспечивает качественное исследование и обслуживание в индустрии путешествий через следующие программы:

Программа Центра Изучения Политики в Сфере Туризма

Центр проводит основное и прикладное исследование и обеспечивает техническую помощь в связанных с туризмом областях, усиливая образовательные программы, улучшая методы исследования академических и прикладных сфер индустрии, и облегчая принятие решений, как в государственном, так и в частном секторе.

Центр обеспечивает консультативные услуги группам, сообществам и организациям, ищущим помощь в развитии туризма, включая планирование, анализ экономических влияний, развитие рыночной ниши для Гавайев и Тихоокеанского региона.

Программа: Жизнеспособный туризм и окружающая среда (STEP)

STEP регулирует отношения между развивающейся сферой туризма и качеством социальных, культурных и природных ресурсов окружающей среды страны или региона, на территории которых развивается туризм.

Институт Подготовки Руководящих Кадров в Сфере Туризма от Имени Тихоокеанской Ассоциации Путешествий предлагает интенсивную трехнедельную программу по запросу сотрудников, как частного, так и государственного сектора международных организаций в сфере туризма. С 1978 года участниками таких семинаров стали чиновники, работники гостиниц, туроператоры, сотрудники авиалиний и другие специалисты сферы туризма.

По мнению английского ученого Р. Гриззи, повышение квалификации и переподготовка играют большую роль в становлении и развитии всей системы туристской деятельности.

Все этапы профессиональной подготовки специалистов для сферы туризма пронизаны личностным и социальным подходом построения учебных планов и программ.

Важным этапом организации учебного процесса являются экзаменационные требования.

Задачей контроля, по мнению М. Эббинхауса и Д. Шмидта, считается проверка адекватности полученных знаний требованиям, которые предъявляют будущие работодатели.

Б. Моон проводит параллель между регенерацией учебных планов и педагогическими задачами. Как отмечают Р. Гелднер и Д. Ричи в своей работе «Путешествие, туризм и гостеприимство», все перечисленные выше программы предусматривают широкую сеть научных исследований в различных подотраслях сферы туризма. Б. Вайлер, Б. Фолкнер и Р. Шоу ставят на обсуждение вопрос: являются ли исследования в сфере туризма дополнением к основным исследованиям или их существенной составной частью. М. Мелроуз рассматривает оценку исследовательской парадигмы и концепцию качества обучения.

Важное место отводится новым тенденциям в интеграции научных исследований и утилизации образовательных технологий для научных целей.

Р. Миллер дискусирует о проблемах развивающих программ для факультетов повышения квалификации и переподготовки. В поле зрения немецких ученых (Д. Ван Буер, Э. Крекель и С. Зиббер) находятся проблемы междисциплинарных исследований: проблемы взаимодействия экономических и педагогических дисциплин и их место в учебном плане.

Однако, общую точку зрения на современные процессы развития высшего образования высказывает К. Варгас, говоря об устойчивом его развитии.

Р. Воген и Д. Лонг на примере Великобритании подчеркивают особую роль туризма, как генератора занятости. Кроме того, приведенные высшие учебные заведения осуществляют большую работу по созданию консультативных центров по проблемам развития разнообразных направлений в туристской отрасли.

Эту особенность образовательной деятельности вузов отмечает Л. Гудштайн в своем исследовании «Прикладные стратегии планирования» в сфере консультативных услуг.

Заключительным этапом в туристском образовании является подготовка менеджеров и посредников образовательного процесса в международной высшей школе.

Однако структура, содержание и организация профессиональной подготовки будущих специалистов сферы менеджмента делового туризма не в полной мере обеспечивают формирование компетенций, направленных на высокий уровень профессиональной деятельности.

На современном рынке труда деловой туристической индустрии сложились резкие количественные диспропорции в подготовке профессиональных кадров разного уровня.

Наметившийся в последние годы переход от традиционной квалификации специалиста, подразумевающий функциональные соответствия между требованиями рабочего места и целями образования к развитию в человеке способности ориентироваться в разнообразии сложных и непредсказуемых рабочих ситуациях, иметь представление о последствиях своей деятельности и нести за них ответственность, повышает значимость компетентностного подхода в подготовке специалистов.

Интегративная структура профессиональной подготовки в сфере менеджмента делового туризма требует от будущего специалиста развитого кругозора, способности принимать мгновенные решения, а также способности к принятию неординарных решений.

Все это актуализирует компетентностный подход в дополнительной профессиональной подготовке студентов к профессиональной деятельности в сфере менеджмента делового туризма. Анализ учебных планов и программ подготовки специалистов по менеджменту организации также подтвердил наше предположение о том, что аспект профессиональной подготовки, связанный с деловым туризмом, представлен в учебном плане бессистемно.

Он не отвечает требованиям сегодняшнего дня к специалистам в этой сфере.

На основании вышеизложенного выявляется противоречие, суть которого состоит в следующем: с одной стороны, возрастает потребность рынка труда в специалистах, способных к профессиональной деятельности в сфере делового туризма, с другой стороны, в профессиональном туристском образовании аспекты подготовки такого специалиста разработаны не в полной мере.

Все большее число туристских организаций сегодня развивает такое направление, как деловой туризм. Еще не всеми организациями возможности данного направления осознаны в полной мере, но в целом имеет место тенденция к росту спроса на услуги специалистов в данной области. Данную тенденцию подтверждают и результаты ответов экспертов на следующей позиции. Оценить перспективы рынка делового туризма мнения респондентов распределились следующим образом:

60% – потребность в оказании таких услуг возрастает и будет возрастать дальше;

32% – нельзя сказать, что данный сегмент в секторе туристического рынка сейчас очень большой, но он имеет значительные перспективы роста;

8% – не вижу особых перспектив для данной сферы туристического бизнеса.

Анализируя недостатки профессиональной компетенции специалистов сферы делового туризма (как в их организации, так и в отрасли в целом) в качестве наиболее характерных респонденты назвали неполное владение формальностями отдельных направлений данной отрасли (73%). Среди других недостатков наиболее часто встречалось недостаточно полное владение иностранными языками (25%).

И лишь 2% отметили отсутствие общей методологии организации мероприятий сферы делового туризма. Основной недостаток в квалификации сотрудников туристических фирм, курирующих направление делового туризма, состоит в невладении специфическими формальностями отдельных составляющих данной деятельности. Можно констатировать отсутствие возможности расширить знания в этой области. При этом по вопросу «Какие пути пополнения знаний и профессионального роста в сфере делового туризма наиболее практикуются соответствующими специалистами» ответы респондентов распределились следующим способом:

7% – получение специального базового образования;

18% – программы дополнительного образования и курсы повышения квалификации в области делового туризма;

34% – краткосрочные тренинги и семинары по направлениям делового туризма;

41% – самообразование (работа с литературой, периодикой, обмен опытом).

Как можно увидеть, наиболее распространенный путь восполнения недостатка профессиональной квалификации – это самостоятельная деятельность (либо индивидуальное изучение информационных источников, либо обмен опытом с коллегами).

Большой популярностью пользуются краткосрочные семинары и тренинги, которые периодически проводят те или иные организации.

Централизованные формы образования в области делового туризма (базовое образование, дополнительное образование, повышение квалификации) не слишком распространены в качестве источника профессионального роста специалистов соответствующего профиля.

В связи с этим, оценивая то, насколько полно существующая сегодня система туристского образования способна удовлетворить потребности в области базовой подготовки и повышения квалификации специалистов делового туризма, лишь немногие опрошенные эксперты (8%) согласились, что существующая система туристского образования вполне успешно решает данные задачи. Большинство же респондентов (89%) считает, что в рамках системы общей подготовки специалистов туристической сферы задачам подготовки и повышения квалификации специалистов сферы делового туризма следует уделять больше внимания.

При этом только 3% полагают, что система туристского образования вовсе не решает подобных задач. Поэтому вполне логичным кажется выявленный ранее факт, состоящий в том, что централизованные формы образования в области делового туризма не пользуются популярностью у специалистов соответствующего профиля как источник пополнения профессиональных знаний. Просто сама система туристского образования далеко не в полной мере способна удовлетворить потребность в таких образовательных услугах.

Во многом в системе туристского образования отсутствует нацеленность на специалистов сферы делового туризма. Относительно того, какие пути и способы повышения грамотности в области делового туризма должны развивать учебные заведения туристской отрасли, эксперты выделяют следующие варианты:

21% – введение специальности «Менеджмент делового туризма» в качестве основной образовательной программы;

44% – внедрение программ повышения квалификации и дополнительного образования по программе «Менеджмент делового туризма»;

35% – регулярное проведение краткосрочных (1-3 дня) семинаров, тренингов и конференций по отдельным проблемам отрасли делового туризма.

Из всего изложенного можно сделать вывод, что наибольшей востребованностью пользуются именно дополнительные образовательные программы и программы повышения квалификации в области делового туризма. Преимущество данных образовательных программ перед получением второго базового образования состоит в том, что они, с одной стороны, дают хороший квалификационный фундамент в данной области, с другой стороны – не слишком растянуты по срокам и не требуют полного отрыва от основного вида деятельности.

При этом не менее востребованы краткосрочные образовательные мероприятия в области делового туризма (семинары, тренинги, конференции), но важно, что они должны проводиться на регулярной основе. Интересно, что большинство опрошенных (83%) отметили, что представляемая ими организация готова к участию в финансировании научных разработок (гранты, стипендии) в области делового туризма (теория, практика, методика преподавания), осознавая важность такой деятельности для туристической отрасли.

Относительно вопроса «Какие факторы, на Ваш взгляд, мешают студентам туристских вузов выбрать деловой туризм в качестве своей будущей специализации в практической деятельности?» мнения респондентов распределились следующим способом:

47% – неосведомленность о перспективности и востребованности данного направления на рынке туристических услуг;

45% – неуккомплектованность учебно-методического комплекса и низкая квалификация преподавательских кадров в данной области;

8% – невостребованность данных услуг на рынке туристских услуг.

Причиной отсутствия мотивации на глубокое изучение делового туризма является либо неосведомленность о перспективности и востребованности данного направления на рынке туристических услуг, либо неуккомплектованность учебно-методического комплекса и низкая квалификация преподавательских кадров в данной области.

В обоих случаях данные причины детерминированы недостатками в системе туристского образования. В связи с отмеченной тенденцией, участники исследования порекомендовали предпринять некоторые шаги в системе туристского образования с целью повышения заинтересованности студентов сферой делового туризма.

Некоторое число опрошенных (23%) считают, что необходимо давать больше теоретического материала по данной отрасли. Значительная часть (47%) полагает, что, совершенствуя и теоретические модули, важно сделать акцент на практический компонент функционирования данной отрасли (привлекать студентов к участию в различных мероприятиях делового туризма: организации семинаров, деловых форумов).

Многие респонденты (34%) также уверены, что правильно больше уделять внимания анализу современных событий, тенденций и проблем отрасли делового туризма.

Важная роль в повышении мотивированности студентов туристских вузов на изучение делового туризма принадлежит в акцентировании образовательного процесса на практическом компоненте (привлечению учащихся к участию в различных мероприятиях делового туризма).

Также важно постоянно фиксировать постоянные изменения в данной области бизнеса.

По вопросу «На какие требования, предъявляемые к специалисту сферы делового туризма, должны акцентировать внимание различные образовательные программы в данной отрасли?» респонденты выразили следующие мнения:

7% – теоретическое знание общей методологии организации данной отрасли;

12% – хорошее знание отдельных туристских формальностей в данной сфере;

37% – высокая осведомленность о современных тенденциях в различных направлениях данной отрасли, непрерывное самообразование;

44% – социально-психологические навыки (коммуникативная компетентность, стрессоустойчивость, возможность быстро принимать решения). Интересно, что помимо практических профессиональных аспектов (туристские формальности, знание тенденции), большое значение имеют социально-психологические характеристики специалиста сферы делового туризма.



В настоящее время в системе туристского образования развитию подобных навыков большое внимание не уделяется и данную ситуацию необходимо менять.

Если говорить о социально-психологических (личностных) качествах специалистов сферы делового туризма, то, по мнению экспертов, в системе туристского образования, прежде всего (44%) следует обратить внимание на формирование коммуникативных навыков (владение навыками делового общения, организационными навыками).

Не менее важными являются познавательные-мотивационные качества (стремление к получению новых знаний о профессии) и когнитивно-креативные (творческое отношение к деятельности) – в общей сумме за них высказалось 38%. 18% в качестве важных качеств отметили ценностные (направленность на ценности профессии). Развитие туризма как многопрофильной отрасли хозяйственного комплекса зависит от эффективности деятельности кадровых ресурсов, способности работников к переходу на новые виды профессиональной деятельности, умения взаимодействовать со специалистами смежных профессий.

Однако, на сегодняшний день уровень подготовки специалистов по многим аспектам не соответствует требованиям, предъявляемым к работникам туристической сферы как у нас в стране, так и за рубежом. Туристическая индустрия остро нуждается в квалифицированных кадрах, однако на сегодняшний день качество их подготовки является достаточно низким.

В настоящее время профессиональное туристское образование, как одно из направлений профессионального образования, нуждается в теоретическом осмыслении системной связи между идеями современной педагогической науки и концепциями теории и практики туризма. Без него невозможен синтез содержания профессионального туристского образования.

Г Л А В А VI

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ ТУРИЗМА

6. 1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Значимость и актуальность образования в этой сфере достигает высокой точки, что обусловлено повышенным спросом туристских услуг.

Имеющийся багаж теоретической и исследовательской информации необходимо планомерно и качественно ввести в образовательный процесс с целью формирования квалифицированного специалиста, разбирающегося в области делового туризма.

Проблема дефиниций сводится к их множеству и отсутствию общепринятой дефиниции, которая вовсе не означает отрицание новой качественной характеристики образования вообще и высшего образования, в частности.

И.А. Зимняя пишет, что есть два варианта толкования соотношения этих понятий: они либо отождествляются, либо дифференцируются. Обобщенное представление о компетентности как научной категории рассматривается на основе анализа некоторых определений понятий: «компетентность», «компетенция», «образовательная компетенция», взятых из разных источников:

- компетентность (лат. *competens* – подходящий, соответствующий, надлежащий, способный, знающий) – качество человека, обладающего всесторонними знаниями в какой-либо области и мнение которого поэтому является веским, авторитетным;

- компетентность – способность к осуществлению реального, жизненного действия и квалификационная характеристика индивида, взятая в момент его включения в деятельность; поскольку у любого действия существуют два аспекта – ресурсный и продуктивный, то именно развитие компетентностей определяет превращение ресурса в продукт;

- компетентность – потенциальная готовность решать задачи со знанием дела; включает в себя содержательный (знание) и процессуальный (умение) компоненты и предполагает знание существа проблемы и умение ее решать; постоянное обновление знаний, владение новой информацией для успешного применения этих знаний в конкретных условиях – обладание оперативным и мобильным знанием;

- компетентность – это обладание определённой компетенцией, т.е. знаниями и опытом собственной деятельности, позволяющими выносить суждения и принимать решения.

Слово «компетенция» происходит от латинского «*competere*», что значит «добиваться, соответствовать, подходить».

В словарях и научной литературе «компетенция» объясняется по-разному:

- знания, умения, опыт, теоретико-прикладная готовность к использованию знаний;
- круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлён;
- совокупность вопросов, в которых данный субъект обладает познаниями и опытом собственной деятельности.

Компетентность и компетенция, считает В. А. Метаева, являются взаимодополняемыми и взаимообусловленными понятиями: компетентный человек, не обладающий компетенцией, не может в полной мере и в социально значимых аспектах ее реализовать.

А.В. Хуторской так разделяет понятия «компетентность» и «компетенцию» следующим образом: «Компетенция в переводе с латинского *competentia* означает круг вопросов, в которых человек хорошо осведомлен, обладает познаниями и опытом.» Компетентный в определенной области человек обладает соответствующими знаниями и способностями, позволяющими ему обоснованно судить об этой области и эффективно действовать в ней.

Компетенция включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности, но отношению к ним. **Компетентность** – владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности.

В документе «Стратегии модернизации содержания общего образования» были сформулированы основные положения компетентного подхода в системе современного образования, узловое понятие которого – компетентность. Было подчеркнуто, что это понятие шире понятия знания, или умения, или навыка; оно включает их в себя.

Понятие компетентности включает не только когнитивную и операционально-технологическую составляющие, но и мотивационную, этическую, социальную и поведенческую.

Оно включает результаты обучения (знания и умения), систему ценностных ориентаций, привычки и др. Компетентности формируются в процессе обучения, и не только в школе, но и под воздействием семьи, друзей, работы, политики, религии, культуры и пр. В связи с этим реализация компетентного подхода зависит от всей в целом образовательно-культурной ситуации, в которой живет и развивается обучающийся.

В.Д. Шадриков исходит из определения, согласно которому, компетенция – это круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен, круг чьих-нибудь полномочий, прав.

«Таким образом, мы видим, что компетенция относится не к субъекту деятельности, а к кругу вопросов, относящихся к деятельности. Другими словами, компетенции – это функциональные задачи, связанные с деятельностью, которые кто-то может успешно решать.

Компетентность же относится к субъекту деятельности. Это приобретение личности, благодаря которому человек может решать конкретные задачи.»

По В.Д. Шадрикову, «компетенция является системным проявлением знаний, умений, способностей, и личностных качеств. В каждой деятельности вес этих компонентов и их сочетания могут существенно различаться. В образовательном процессе наблюдается определенная диалектика в формировании компетенций. Компетенции формируются на основе знаний, умений, способностей, личностных качеств, но сами эти знания во многом не являются компетенциями, они выступают как условия для формирования компетенций.» Использование в современной педагогической литературе указанных в названии терминов тесно связано с процессом переориентации образования со «знаниевого» на компетентностный подход, как необходимое условие модернизации и приведения его результатов в соответствие с международными стандартами. Часто синонимически используемые понятия «компетенция» (не следует путать с правовым значением слова: «компетенция органов местного самоуправления» и пр.) и «компетентность» необходимо различать:

Компетенция включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним.

Компетентность – владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности.

Если обратиться к словарям, то наиболее часто употребляемое словосочетание со словом «компетентность» *профессиональная компетентность учителя* трактуется как «владение учителем необходимой суммой знаний, умений и навыков».

Это определяет его готовность к педагогической деятельности, педагогическому общению и личность учителя как носителя определенных ценностей, идеалов и педагогического сознания». Это и будет *интегративной компетентностью педагога*. Наиболее употребительное словосочетание «*ключевые компетенции*» в европейском проекте «Определение и отбор ключевых компетенций» определяются как важные «во многих жизненных сферах и служащие залогом жизненного успеха и эффективного функционирования общества».

Компетенция означает круг вопросов, в которых человек хорошо осведомлен, обладает познаниями, опытом, соответствующими знаниями и способностями, позволяющими ему обоснованно судить и эффективно действовать в какой – то области знаний.

Компетентность – умение активно использовать полученные личные и профессиональные знания и навыки в практической или научной деятельности.

Различают *образовательную общекультурную, социально-трудоую, информационную, коммуникативную* компетенции в сфере личностного самоопределения и другие.

По А. В. Хуторскому: компетенция – *отчужденное, заранее заданное социальное требование (норма)* к образовательной подготовке человека, необходимое для его эффективной продуктивной деятельности в определенной сфере.

Компетентность – *совокупность личностных качеств ученика* (ценностно-смысловых ориентаций, знаний, умений, навыков, способностей), обусловленных опытом его деятельности в определенной социально и личностно-значимой сфере. Согласно этим определениям компетенция – это некий стандарт, идеал, перечень умений к достижению которых стремится ученик. Компетентность – уровень достижения компетенции.

Как я понимаю: компетенция – функция субъекта в организации, заданная «сверху»; компетентность – способность субъекта выполнять эту функцию. Субъект может растить свои компетентности для лучшего выполнения заданной компетенции.

Для совершенствования своей коммуникативной компетенции педагог осваивает риторику и другие способы коммуникации. В реальности сосуществуют разные, подчас противоположные трактовки и компетенции, и компетентностей.

Понятие «компетенция» впервые стало употребляться в США в 60-е годы в контексте деятельностного образования, целью которого было готовить специалистов, способных успешно конкурировать на рынке труда. Компетентность может рассматриваться как личностная категория; компетенции же – как «анатомия» компетентности. Компетентность – наличие знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности в заданной предметной области.

Компетентность (лат. *competens* – подходящий, надлежащий, способный, знающий) – качество человека, обладающего всесторонними знаниями в какой-либо области и мнение которого поэтому является веским, авторитетным. Компетентность – способность к осуществлению реального, жизненного действия и квалификационная характеристика индивида, взятая в момент его включения в деятельность; поскольку у любого действия существуют два аспекта – ресурсный и продуктивный, то именно развитие компетентности определяет превращение ресурса в продукт. Компетентность – потенциальная готовность решать задачи со знанием дела; включает в себя содержательный (знание) и процессуальный (умение) компоненты и предполагает знание существа проблемы и умение её решать; постоянное обновление знаний, владение новой информацией для успешного применения этих знаний в конкретных условиях, то есть обладание оперативным и мобильным знанием.

Компетентность – это обладание определённой компетенцией – знаниями и опытом собственной деятельности, позволяющими выносить объективные суждения и принимать точные решения. Компетентность в социологии – способность социальных факторов, освоив подразумеваемое знание, стать полноценными и квалифицированными участниками социального взаимодействия.

Компетентность в педагогике – созидательная способность осуществлять тот или иной вид деятельности, при развивающейся дифференциации научных знаний в отраслевые научные знания, акцент делается на успешную подготовку педагогом учащихся к самореализации.

Сегодня невозможно представить высококвалифицированного специалиста без определенного набора навыков. Данные наборы навыков рассматриваются в рамках компетентностного подхода, однако этот подход слабо изучен. Нет единого мнения даже о происхождении данного понятия. Одни ученые появление компетентностного подхода связывают с именем Аристотеля, который именовал его таким греческим понятием как «*atere*».

Оно определяется как некая сила, которая может до такой степени совершенствоваться и развиваться, что становится присуще личности. Другие ученые предполагают, что появление данного подхода нужно связывать с 1958 годом, когда после запуска искусственного спутника Земли в СССР, началась острая критика системы образования в США. В 1961 году появились многочисленные статьи, книги, сравнивавшие системы образования в СССР и США.

Вопрос об основных отличиях между компетенцией и компетентностью также беспокоит многих исследователей уже долгое время. Определить границы этих понятий часто бывает очень трудно. Некоторые энциклопедические словари даже не различают эти понятия.

А толковый словарь под редакцией Д. И. Ушакова толкует эти понятия как два разных.

А. М. Лукашенко дает следующее определение этим понятиям: «компетенция – это предметная область, где индивид хорошо осведомлен и проявляет готовность к выполнению деятельности, а компетентность – интегрированная характеристика качеств личности, выступающая как результат подготовки выпускника для выполнения деятельности в определенных областях». С.В. Коляда в своей работе определяет данные термины так: «компетентность – то, что человек умеет, знает. Компетенция – круг прав и полномочий, в рамках которых человек должен уметь и знать то, что требуется».

По мнению А. В. Гоферберг, компетентность связана со способностью человека разрешать проблемы. Природа компетентности такова, что она, будучи продуктом обучения является следствием саморазвития индивида, его личностного роста.

Однако, компетенции как внутренние, потенциальные знания проявляются затем в компетентностях человека. С этих позиций И. А. Зимняя выделяет три основные группы компетенций, которые в дальнейшем закладывают основу для компетентности.

Первая группа компетенций – это компетенции, относящиеся к самому человеку как личности, субъекту деятельности, общения. Они являются сутью компетенций:

- здоровье-сбережения;
- ценностно-смысловая ориентация в мире;
- интеграция;
- гражданственность;
- самосовершенствование;
- саморегулирование;
- саморазвитие;
- личностная и предметная рефлексия.

Ко второй группе относятся компетенции непосредственно связанные с деятельностью человека: компетенции познавательной деятельности, деятельности, информационных технологий.

К последней группе относятся компетенции, связанные с социальным взаимодействием человека и социальной сферы.

Они являются сутью компетенции социального взаимодействия и компетенции в общении. На последней компетенции нужно остановиться подробнее.

С точки зрения И. А. Зимней туда входят: «устное и письменное общение, монолог, диалог, порождение и восприятие текста, знание и соблюдение традиций, ритуала и этикета, кросскультурное общение, деловая переписка, делопроизводство, бизнес-язык.

Также иноязычное общение, коммуникативные задачи, уровни воздействия на реципиента».

Границы двух данных понятий неясны, некоторые ученые даже не различают их.

Однако, компетентность более широкое понятие, чем компетенция.

Так как набор определенных компетенций как внутренние и потенциальные знания проявляются затем в компетентности человека. Проблемы моделирования профессиональной деятельности специалиста на основе комплексных исследований занимают значительное место в научных исследованиях современных педагогов.

Российские педагоги (Е.Смирнова, А.Сухотин) рассматривают методологические и методические принципы построения модели структурных компонентов профессиональной компетентности специалиста в высшей школе, используя разнообразные пути ее структурирования.

В основе формирования подобной модели лежит деятельный подход (Н. Талызина).

Структуру других подходов составляют теоретико-методологические основы профессионального развития человека (К. Чарнецкий) и моделирования его профессиональной деятельности (Г. Александров). Проблемам оценки и аттестации знаний и умений самого образовательного процесса, качества образования в целом, уделяют большое внимание отечественные и зарубежные исследователи. П. Пирс говорит о профессионализме, как основной черте специалиста сферы туризма. Теоретики туризма, американские исследователи (Д. Хоукинс, Д.Ровельштад, Э. Шафер) в своих научных трудах раскрывают содержание процесса определения качественных и количественных характеристик знаний и умений будущих специалистов сферы туризма.

Таблица 6.1

Составление комиссии для воплощения Метода Делфи

Композиция экспертной группы Метода Делфи		
Уровень образования	Пол	Стаж работы в сфере туризма
Без образования 6%	мужской 77%	1 – 20 лет
Диплом бакалавра 44%		
Диплом магистра 30%	женский 23%	
Докторская степень 20%		

Таблица 6.2

Полный цикл исследований

Обзор исследований	Процент ответной реакции	Спад в откликах (%)
Предварительный цикл (1)	100	–
Первый цикл исследований (2)	66	44
Второй цикл исследований (3)	44	22

Для экспериментального исследования структурных компонентов профессиональной компетентности специалистов был выбран Метод Делфи, чтобы сделать адресным «меняющуюся природу» туристской деятельности и различные потребности туристского сектора экономики в мировом масштабе. На первой фазе исследования было проведено собеседование с 10 предпринимателями туристской сферы для проверки действенности анкеты.

Предварительные отчёты об исследовании и формальные приглашения для принятия участия в комиссии были отосланы потом по почте 617 специалистам. Из них около 16 % экспертов заполнили анкеты и вернули их вместе с подписанным письмом для передачи их в комиссию, которая будет обслуживать эту программу на протяжении всего Процесса Делфи.

(Процесс формирования экспертной комиссии показан в табл. 6.1 и 6.2)

Этот начальный раунд обеспечивал предпринимателей основной информацией и определял наличие важных профессиональных навыков у служащих на разных профессиональных уровнях. Перед следующим заседанием участников комиссии, была сформирована учебная группа «Туризм – образование – качество» (ТОК), включая четырёх экспертов по образованию в туризме. Цель этого эксперимента – «мозговая атака», для анализа и усовершенствования результатов, полученных в первом раунде. Создание этой группы обеспечило получение очень хороших результатов для развития Процесса Делфи.

Данная группа способствовала консолидации результатов анализа, которые помогли исключить возможность личных предубеждений и способствовали преодолению трудностей, присущих, как туристской сфере обслуживания, так и профессиональному образованию.

Рабочая группа предоставила новые анкеты, протестированные на пяти туристических предприятиях, впоследствии были отправлены в комиссию. Анкеты содержали информацию, извлечённую из предварительного раунда и, поэтому, они были отправлены назад в комиссию, чтобы они выразили своё мнение в попытке прийти к консенсусу с мнением группы.

Главная задача состояла в том, чтобы эксперты пересмотрели точку зрения и перспективы, которые первоначально считались неуместными.

В этом случае 66 % участников комиссии, которые дали ответ в первом раунде, вернули готовые анкеты. Результаты, полученные во второй фазе, были приведены в таблице и отправлены членам комиссии в дополнительной анкете вместе с некоторыми замечаниями, сделанными экспертами в предыдущем раунде. В этом раунде 44 % тех, кто ответил в первом раунде, ещё раз отправили свои результаты.

В этом международном исследовании число членов комиссии было выше среднего, чем обычно принято в подобных туристических исследованиях такого типа.

Анализ результатов, полученных на встрече с членами комиссии, основывался на двух ответах (да / нет) на специальные вопросы, полученные в качестве процентного соотношения членов комиссии, которые согласились с особыми предложениями и взглядами.

А. Мулеманн и К. Витт отдают приоритет оценке ответов по пятибалльной шкале, которые комиссия подсчитала по среднему балу.

Потом результаты были интерпретированы в рамках первоначально установленных целей, используя чётко разделённые методологические фазы, целями которых было:

- определить умения и знания, которые считаются наиболее необходимыми для работников сферы туризма, посредством согласования мнений членов комиссии;
- оценить общее мнение предпринимателей в сфере туризма, каких умений, навыков и знаний не достаёт их работникам;
- установить главные пробелы в качестве туристского образования в разных всемирных туристических регионах (с целью получения информации, являются ли качественные бреши в подготовке специалистов в сфере туризма общими для других секторов экономики);

- прийти к согласию в вопросе, какое образование наиболее эффективно для адаптации предложений по подготовке специалистов к меняющимся интеллектуальным умениям, личностным и межличностным отношениям, взаимоотношениям в группах;
- достичь согласия членов комиссии об общих тенденциях в туризме в разных его секторах, профессиональных уровнях и мировых регионах, которые будут иметь определяющее влияние на будущую подготовку трудовых ресурсов.

В своих исследованиях американские ученые (Б. Фарсад, Д. Грининг, С. Лебруто) упоминают тот факт, что в глазах предпринимателей качественное образование считается таковым, когда умения и знания работников отвечают ожиданиям или потребностям своих предпринимателей.

В противном случае, появляются пробелы и недостатки в обучении, которые в большей или меньшей степени зависят от полученного образования. В нашем исследовании показано, как определяются пробелы, которые предприниматели считают существенными для своих работников. Цель анализа заключалась в выявлении недостатков и определении существующей ситуации, сложившейся в подготовке специалистов сферы туризма и желаемой ситуации для этого обучения посредством выявления приоритетных умений и знаний, которыми, по мнению комиссии, должны обладать такие специалисты. Р. Хилл исследует проблемы качества профессионального образования в европейской высшей школе и подчеркивает, какое большое значение оно имеет для студентов, для их будущей карьеры.

Формула 6.1

Анализ пробелов в качестве обучения

$$G \Rightarrow \left\{ \begin{array}{l} SN > 0.25TPN \\ SL > 0.25SN \end{array} \right\}$$

где:

G = Пробелы в обучении.

SN = Члены комиссии, сообщающие о необходимых умениях.

SL = Члены комиссии, сообщающие об умениях, которых нет.

TPN = Общее количество членов комиссии.

Теоретики туризма (Г. Меллер и Ф. Шафер) приводят в своем научном труде анализ пробелов в качестве обучения в сфере туризма в процессе развития, в котором представлены следующие результаты: качественная брешь считалась существующей, если больше 25 % от общего числа членов комиссии упоминали данное умение, и 25 % членов комиссии считали это умение существенным для своих работников (см. формулу 6.1).

Пункты из отчётов об исследовании на трёх заседаниях с предпринимателями сферы туризма были классифицированы по трём сферам обучения, включающим все базовые умения, необходимые при устройстве на работу, которые можно суммировать, как знание «как делать» и «каким быть». Эта система основана на классификации Т. Пауэрса и К. Ригеля:

Базовое обучение соответствует набору знаний на курсе обучения по различным техническим специальностям (маркетинг, стратегическое планирование, деловые качества).

Техническая подготовка (знание как делать) позволяет овладеть умениями и техническими навыками для каждой работы (способность общаться на иностранном языке, знание компьютера).

Личностные качества (знание каким быть и как себя вести). Имеются в виду личные характеристики, способствующие качественным межличностным отношениям, и принимающие форму типов поведения (мотивация, принятие решений или способность быть лидером).

Исследование, проведенное под эгидой ВТО Университетом им. Д. Вашингтона, определило самые заметные качественные пробелы в деловых и предпринимательских нишах, установленные на карте профессий в туризме во всем мире, путем сравнения существующих стандартов обучения с теми, которые предприниматели в разных секторах туристской сферы и в различных туристических регионах желали бы видеть по всему миру.

Исследователи проблем туристского образования Е. Каунак и Д. Макаулей подчеркивают, что Метод Делфи, использовавшийся в этом эксперименте, позволил также предвидеть тенденции в мировом туризме в образовании и подготовке специалистов для этой сферы, представив, таким образом, динамический элемент при анализе приоритетов и недостатков в подготовке специалистов для туризма.

Он демонстрирует детальный анализ результатов, полученных в процессе реализации различных операций для обобщения результатов по профессиональным уровням, секторам и мировым регионам, сравнивая мировую карту туристических профессий.

Данное исследование собрало в своей совокупности все приоритеты, определяющие базовые умения и знания, существенные для каждого из 4 рассматриваемых профессиональных уровней и пробелов в обучении в каждом из них во всех секторах мирового туризма.

В связи с этим, важно определить степень удовлетворения предпринимателей компетентностью своих сотрудников, если критерии оценки образовательной системы точно соответствуют предыдущим ожиданиям предпринимателей и поэтому являются безошибочным методом измерения качества предложенного обучения.

Система оценки делится на удовлетворение исполнительным мастерством, предыдущим образованием, пробелами в трех сферах обучения в сфере туризма. Также рассматриваются конкретные претензии предпринимателей в конкретных сферах деятельности.

Степень удовлетворения исполнительским мастерством

В табл. 6.3 показана степень удовлетворения комиссии относительно 4 профессиональных уровней от среднего до низкого, что отражает недостаток энтузиазма, с которым трудятся работники исследуемых предприятий. Процент удовлетворения членов комиссии был несколько выше для работников среднего и высшего звена управления (MLM = 39, HLM = 44), а самые низкие результаты были у работников переднего края (FLP = 30). В первоначальной попытке заглянуть во внутрь качества услуг, которые предоставляют туристские предприятия по всему миру, профессиональные градации FLP и SPV оказываются самыми проблематичными.

Таблица 6.3

Удовлетворение предпринимателей в туризме различными профессиональными уровнями своих работников

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	30	31	39	44

Эти результаты частично совпадают с полученными данными в похожем исследовании под эгидой Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC, 1999), когда проводился анализ всей системы туризма в целом на различных профессиональных уровнях.

В результате консенсуса члены комиссии пришли к определению 26 специальных умений на различных профессиональных уровнях.

FLP Профессиональный уровень. На всех уровнях знаний и умений главные оценки были ниже нейтральных 3 баллов, за исключением достаточно эффективного общения с людьми (3.2), учтивости, дружелюбного поведения (3.2) и функционирования в поликультурном пространстве (3.1). Хотя эти оценки выше остальных, они все-таки низкие, особенно, если иметь в виду тот факт, что работники этого профессионального уровня, чаще всего имеют дело с людьми. Такое эффективное взаимодействие с клиентами, учтивое поведение и дружелюбные манеры являются двумя самыми существенными умениями в конечном восприятии клиентом качества предложенных услуг.

Здесь открывается широкий простор для выявления пробелов в обучении на этом профессиональном уровне.

SPV Профессиональный уровень. В этой профессиональной категории, окончательная оценка несколько выше, чем для последней группы (2.9 в сравнении с 2.5). Хотя уровень удовлетворения предпринимателей все еще низкий, исполнительское мастерство инспекторов кажется значительно выше, чем у работников переднего края.

Уровень SPV по всей видимости имеет те же недостатки в тех сферах обучения, что и проанализированный FLP уровень.

MLM Профессиональный уровень. Результаты, полученные на этом профессиональном уровне выше, чем на двух предыдущих уровнях и средняя степень удовлетворения (между 3.0 и 3.8) зафиксирована для большинства проанализированных умений и знаний. Только в знании иностранных языков уровень упал до отметки 2.9.

Предприниматели, однако, не проявили ни сильного недовольства этим профессиональным уровнем, ни большого энтузиазма; (все оценки ниже 4-5 баллов).

Т. Келли свидетельствует о том, что некоторое улучшение все-таки необходимо сделать в образовании и обучении на этом профессиональном уровне.

HLM Профессиональный уровень. Степень удовлетворения для этой категории значительно выше, чем для других уровней.

Оценка здесь доходила до отметки в 3.7 баллов. Тем не менее, все зафиксированные оценки колебались между 3.1, как самая низкая и 4.1, как самая высокая.

В табл. 6.4 показан анализ пробелов в этой группе, которых меньше, чем в других трех.

Однако, большинство членов экспертной комиссии сами занимают высшие должности в управлении, что может дать толчок к необъективности в оценках в данной профессиональной категории. Большая часть должностей в туристском секторе занята сезонными работниками из других секторов экономики. Предприниматели все-таки стремятся использовать работников, не имеющих фундаментальную подготовку в сфере туризма. Это касается развития личностных, межличностных умений, необходимых для работы в команде и общении с туристами, базовых специальных технических умений. Исследование стремилось выявить отношение предпринимателей к первоначальному образованию, т. е. определить способность решать специальные задачи в своей работе.

Таблица 6.4

(1 = неудовлетворительно и 5 = отлично).

Отклики на степень удовлетворения предпринимателей профессиональными знаниями и умениями своих работников

Сфера подготовки	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовая подготовка				
Коммуникативные умения	2.6	3.0	6.1	3.7
Профессиональные знания	2.5	3.0	3.7	3.9
Маркетинг	2.8	2.7	6.1	4.0
Делопроизводство	2.6	2.8	6.1	3.5
Знание правовых вопросов	2.3	2.7	3.5	3.7
Маркетинговое прогнозирование	2.9	3.0	3.5	3.9

Знание особенностей туристской индустрии	2.0	2.5	6.1	3.7
Стратегическое планирование	2.3	2.5	3.5	3.7
Техническая подготовка	2.2	2.4	3.5	3.7
Технические связи				
Знание компьютера	2.9	3.0	3.1	3.1
Знание иностранных языков	2.9	3.0	2.9	3.2
Личные качества				
Функционирование в мультикультурологическом поле	3.1	6.1	3.6	4.1
Мотивация и инициатива	2.5	3.0	6.1	4.0
Контроль	2.0	6.1	3.6	3.7
Обучение других служащих	2.2	2.9	3.4	3.9
Работа в команде	2.9	3.0	3.2	4.0
Верность компании	2.7	3.2	3.6	6.1
Корректное, дружелюбное поведение	3.2	6.1	3.8	3.7
Способность работать системно	2.3	2.8	6.1	3.8
Гибкость	2.4	3.0	3.5	3.6
Способность принимать решения	3.2	3.4	3.8	4.0
Сводные показатели на профессиональном уровне	2.7	2.8	6.1	3.7

Полученные результаты в табл. 6.5 подтверждают тот факт, что первоначальное образование и профессиональная подготовка являются важным и необходимым фактором на всех профессиональных уровнях, особенно на MLM и HLM.

Таблица 6.5

Важность предыдущего образования и предварительной подготовки

Важность (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Очень важно	23	35	63	69
Важно	41	49	30	21
Безразлично	30	12	6	7
Не имеет значения	6	3	1	2

Сведения о предыдущем необходимом обучении

Э. Фаус-Сола делает вывод о том, что туристские компании ищут работников, обладающих основными необходимыми умениями для пользы предприятия. Для решения этой задачи нужно попытаться определить тип обучения и вооружить штат этими умениями. Так как предприниматели в туризме считают образование и обучение важным для всех профессиональных категорий, во время эксперимента исследовались определенные приоритетные сферы изучения.

Туризму отдали предпочтение на всех профессиональных уровнях (FLP = 42, SPV = 46, MLM = 44), кроме HLM, где туризм, хотя и являлся важным фактором (35), однако, был превзойден специальной подготовкой в деловом управлении (44). Анализ этого явления дан в табл. 6.6. Это явление объясняется недостатком уверенности предпринимателей в туризме, в многогранности туристских курсов, предлагающиеся передовыми учебными учреждениями.

Таблица 6.6

Сфера образования, предпочтительная для предпринимателей

Сферы (%)	FLF	SPV	MLM	HLM
Бизнес	19	30	38	44
Туризм	42	46	44	35
Гуманитарные	38	22	15	17
Прочие	1	2	2	3

Действительно, наблюдается недостаток стандартов или квалификаций в туризме, которые дали бы точное определение того, что преподается, и какие специальные умения студенты получают. Такое положение вносит путаницу в умы предпринимателей, предпочитающих квалификации, уже признанные в сфере образования, тем, которые существуют в туристском образовании.

Таблица 6.7

Профиль образования

Профиль (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	36	34	12	6
Профессиональная подготовка	36	36	14	5
Университет	24	25	62	47
Аспирантура	4	4	12	42

Анализ результатов относительно типа образовательного фона для вооружения будущих работников базовыми знаниями, которые являются существенными для выполнения ими своих функциональных обязанностей показаны в табл. 6.7. Члены комиссии отдали предпочтение второму образованию и профессиональной подготовке для FLP и SPV, университетам для MLM и университетам и последипломной переподготовке для HLM.

Исследователи Технологии Делфи (К. Витт и А. Мулеманн) ставят своей целью определить значение формального образования, сравнивая свой предыдущий опыт при приеме на работу новых сотрудников в табл. 6.8.

Ни один из двух критериев не превалировал, хотя для FLP формальное образование важнее, чем для других профессиональных уровней. Как показало исследование, репутация учебных заведений, после окончания которых приходит кандидат на какую-либо должность, качественно влияет на окончательное решение предпринимателя. Данный фактор рассматривался в качестве решающего всеми членами комиссии для всех категорий, кроме FLP.

Таблица 6.8

Профиль образования, предпочтительный для предпринимателей

Важность (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Официальное образование	31	15	14	18
Предыдущий опыт	23	16	8	4
И то и другое	42	67	75	74

Таблица 6.9

Репутация образовательных учреждений при найме на работу

Важность (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Очень важно	14	14	27	36
Важно	27	40	47	41
Безразлично	45	36	24	20
Не имеет значение	13	10	2	3

Эти результаты подтверждают ту путаницу, которая создана фрагментарностью обучения в туризме в связи с недостатком стандартизации в туристских квалификациях.

В результате, когда предприниматель нанимает для своей фирмы новый штат, он позволяет себе руководствоваться такими неуловимыми факторами, как репутация образовательного учреждения, которая, тем самым, играет меньшую роль, что наглядно видно из табл. 6.9.

Основные пробелы в трех сферах обучения

Исследователи проблем туристского образования Е. Каунак и Д. Макаулей в своей работе «Технология Делфи в измерении потенциала туристского рынка» упоминают тот факт, что качественные пробелы существуют в том случае, когда большинство членов комиссии (более 25 %) рассматривает специальные умения и знания, как необходимые и 25 % членов комиссии считают эти навыки приоритетными. Анализ результатов демонстрирует табл. 6.10.

FLP Профессиональный уровень. Умения, первостепенными для FLP категории, – межличностные, коммуникативные (88%) и знания иностранных языков (74 %), владение компьютером (56 %), знания в области поликультурности (49 %) и деловые качества (39%).

Самые значительные недостатки наблюдаются в области межличностных отношений (54%), затем следуют деловые качества (48 %), знания иностранных языков (46 %) и умения в области компьютерных технологий (42 %). Самые незначительные пробелы в области поликультурности (28 %). В свете того факта, что FLP – это именно те работники, которые взаимодействуют с туристами, – результаты показывают насущную потребность усовершенствовать подготовку именно этих специалистов. Знания иностранных языков и умения владеть компьютером – это два приоритетных направления, где определены серьезные упущения.

Дальнейшего развития требует подготовка специалистов в сфере деловых качеств, хотя этому отдадут меньше предпочтений, чем другим вышеупомянутым навыкам и умениям.

SPV Профессиональный уровень. Максимальные приоритеты отданы межличностным коммуникативным (87%) и компьютерным умениям (55 %). Затем следуют деловые качества (49%), управленческие навыки (45 %), знания иностранных языков (38 %) и знание специфики туристской сферы (34%).

Самые серьезные упущения обнаружены в области межличностных коммуникативных умений и управленческих навыков (54 %). Следующими в этом направлении являются: слабые деловые качества (40 %), умения владеть компьютером (36 %), знания иностранных языков (35%) и знание специфики туристской сферы (35 %).

Самыми насущными в этой профессиональной категории являются обучающие технологии в сфере межличностного общения, управления, компьютерных технологий и бизнеса.

MLM Профессиональный уровень. В этой категории приоритетными качествами являются: менеджмент (67 %), деловые качества (56 %) и межличностное общение (53 %).

Затем следуют знания специфики туристской сферы (45 %), компьютерные умения (55 %) и маркетинг (36 %). Самые существенные недостатки были обнаружены в менеджменте (69%) и маркетинге (56 %). Самые срочные инициативы следует предпринять в сфере менеджмента.

HLM Профессиональный уровень. Стратегическое планирование (72%) и менеджмент (68%) являются здесь первостепенными навыками, что логически вытекает из специфических функций деятельности этой категории. Самые существенные недостатки проявились в стратегическом планировании (58%) и рыночном прогнозировании (45%).

В табл. 6.11 показаны специальные отклики членов комиссии по поводу технических умений, которые требуются для решения растущего спроса в области туризма. Применение компьютерных технологий чрезвычайно необходимо на всех профессиональных уровнях, кроме HLM. В табл. 6.12 дан анализ результатов исследования в сфере иностранных языков, где предпочтителен английский язык для всех профессиональных уровней и категорий.

Таблица 6.10

Приоритеты и пробелы в качестве обучения

Сфера подготовки (%)	FLP		SPV		MLM		HLM	
Базовое обучение								
Профессиональные знания	38	48	49	40	56	39	47	31
Анализ динамики прогнозирования	7	20	6	11	14	19	25	21
Знание индустрии туризма	24	28	34	35	45	31	41	36
Маркетинговое прогнозирование	2	18	15	14	27	11	29	45
Знание правовых вопросов	9	13	17	16	20	17	18	18
Порядок управления делами	0	5	2	5	9	14	22	24
Менеджмент	3	18	45	54	67	69	68	39
Маркетинг	6	28	11	22	36	56	31	42
Знания в мультикультурном поле	49	28	29	19	17	22	16	21
Научные исследования	1	5	6	5	18	25	14	18
Стратегическое планирование	0	5	2	6	12	29	72	58

Техническое обучение								
Знание компьютеров	56	42	55	36	42	39	21	30
Знание иностранных языков	74	46	38	35	19	25	14	18
Личные качества								
Межличностные связи	88	54	87	54	53	33	39	28

Таблица 6.11

Предпочтения в знании компьютеров

ЗНАНИЯ (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Электронная обработка текстов	51	66	69	58
Графики	5	13	28	28
Основная база данных	37	57	71	64
Статистика	1	12	53	45
Интернет	29	31	37	40

Таблица 6.12

Предпочтения в знаниях иностранных языков

Знания (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Английский	79	79	79	78
Французский	27	26	29	20
Испанский	25	26	24	17
Немецкий	23	21	22	16
Итальянский	6	4	4	5

Современные инициативы

Американский исследователь Л. Кларк в своей работе «Стратегические перспективы по проблемам занятости, образования и профессиональной подготовки в сфере туризма» констатирует, что цель исследования в этом направлении – проанализировать, внедряют ли предприниматели новые инициативы на каждом рассматриваемом уровне для улучшения туристского образования. Для проведения анализа членов комиссии пригласили определить сферы умений, для создания учебных курсов. Полученные результаты свидетельствуют о новых обучающих мероприятиях на уровнях MLM и HLM, хотя степень неудовлетворенности больше на FLP и SPV.

Таким образом, эти существенные недостатки показывают стремление компаний, куда должны быть направлены их обучающие усилия. Очевидно, что те профессиональные категории, которые больше всего нуждаются в обучении, получают его меньше всего, и тем самым, они должны нести ответственность за открытие таких обучающих центров.

В табл. 6.13 видно, что межличностное общение считается основным приоритетом для категорий FLP и SPV. Предприниматели уделяют свое внимание, хотя и не целиком, этим качествам и на уровне SPV (49%) и очень мало на уровне FLP (23%).

Для MLM главным качеством признан менеджмент и самый значительный пробел в обучении именно здесь. Работодатели в туризме предпринимают больше обучающих инициатив именно здесь для улучшения межличностных отношений. Как показало исследование, стратегическое планирование – самое приоритетное направление – имеет главные недостатки для уровня HLM, даже не упоминается среди обучающих инициатив. Предприниматели отдают предпочтение сочетанию обучения в учебном учреждении и на предприятии, как оптимальный обучающий метод для большинства проанализированных умений.

Таблица 6.13

Наилучшая организация приобретения умений и знаний

Сфера подготовки (%)	Школа	Работа	Оба
Базовое обучение			
Коммуникативные умения	30.4	4.7	64.8
Профессиональные знания	19.5	28.8	51.6
Маркетинг	8.8	18.8	72.3
Делопроизводство	24.0	24.2	51.7
Знание правовых вопросов	19.9	27.7	52.3
Маркетинговое прогнозирование	7.0	31.2	61.8
Знание индустрии туризма	8.0	33.2	58.7
Стратегическое планирование	17.0	24.0	58.7
Техническое обучение			
Знание компьютеров	12.4	11.3	76.1
Знание иностранных языков	56.1	5.6	41.0
Личные качества			
Функционирование в многокультурном поле	11.7	19.3	68.8
Мотивация и инициатива	12.0	35.0	53.0
Контроль	2.1	30.9	66.9
Обучение других служащих	5.5	32.4	61.9
Работа в команде	1.2	46.9	51.8
Верность компании	2.7	56.9	39.5
Корректное и дружелюбное поведение	7.0	26.0	67.0
Способность разрешать конфликты внутри организации	4.0	39.0	56.7

Способность решать проблемы	18.7	26.7	54.5
Эффективно общаться с людьми	6.0	27.5	66.5
Персональная этика	23.1	15.8	56.7
Эффективное использование времени	9.4	36.3	54.0
Способность работать системно	13.2	19.0	67.7
Гибкость	4.5	44.0	51.2

Как показано в табл. 6.14 обучающие инициативы сконцентрированы на умениях, которые не являются главными приоритетами и не покрывают самые серьезные бреши в обучении на каждом рассматриваемом профессиональном уровне. Следующий этап данного исследования демонстрирует полученные результаты, классифицированные в зависимости от секторов.

Таблица 6.14

Схема приоритетов в текущей подготовке на предприятии

Предметы (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Финансовый менеджмент	13	26	37	38
Бухгалтерский учет	43	46	41	41
Межличностные связи	23	49	56	56
Менеджмент	20	33	48	48
Маркетинг	49	51	40	40
Мотивация	56	48	34	34
Прочие	8	10	8	11
Общий %	21	24	27	27

Самые важные различия были обнаружены в 12 рассматриваемых секторах: уровень удовлетворения предпринимателей оказался очень высоким в транспортном секторе, в то время, как знания культуры и туристского маркетинга, с другой стороны, очень низкие.

Гостиницы и курорты

Американские теоретики в сфере гостиничной отрасли (Т. Паверс, К.Ригель, Д. Паттерсон, М.Шерер, М.Шоу) в своих исследованиях отмечают проблемы неудовлетворенности предпринимателей умениями своих сотрудников (существующей ситуацией обучения). Члены комиссии тоже получили очень низкие результаты для FLP. Несколько лучшие результаты были получены при анализе умений работников на профессиональном уровне HLM, как показано в табл. 6.15.

Таблица 6.15

Удовлетворение предпринимателей в секторе «Гостиничное дело и курорты»

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	13	27	20	38

Относительно идентификационных приоритетов базовых и технических умений на профессиональном уровне FLP, было подчеркнуто, что способность к коммуникативному общению, межличностным контактам и языковому общению (93 %), компьютерные умения (60 %), разносторонние знания культур (40 %) очень важны для данного уровня. Эти результаты приближаются к средним данным по всему миру. При изучении умений у работников профессионального уровня SPV комиссия ссылается на межличностные контакты в качестве высочайшего приоритета (87 %). Знания иностранных языков (53%), деловые качества (47 %), компьютерные умения (47 %), менеджмент (47 %) составляют более низкий процент.

На профессиональном уровне MLM базовыми умениями считаются межличностные контакты (67%), менеджмент (67%), деловые качества и компьютерные умения (53%).

Таблица 6.16

Приоритеты в знаниях и умениях в секторе «Гостиничное дело и курорты»

Сфера обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
	приоритет	приоритет	приоритет	приоритет
Базовое образование				
Профессиональные знания	27	47	60	53
Знание туристской индустрии	-	13	27	33
Маркетинговое прогнозирование	-	13	27	27
Правовые знания	7	-	13	7
Порядок управления делами	-	-	-	7
Менеджмент	-	47	60	67
Маркетинг	40	7	27	40
Знание разнообразных культур	-	27	20	20
Научные исследования	-	-	-	7
Стратегическое планирование	-	-	7	47
Техническое обучение				
Знание компьютеров	60	47	53	33
Знание иностранных языков	93	53	20	13
Личные качества				
Межличностные связи	93	87	67	40

В результате анализа были выявлены самые существенные умения и навыки на уровне HLM: менеджмент (67 %), деловые качества (53 %), стратегическое планирование (47 %) [см. табл. 6.16]. Все эти качества самым тесным образом связаны с функциями, необходимыми для этой профессиональной категории. Результаты, показанные в табл. 6.17, оказались типичными по всему миру. Предприниматели при приеме на работу отдают предпочтение сочетанию официального образования и опыта для всех профессиональных категорий, кроме FLP, для которого попыт превагирует над формальным образованием, что демонстрируется в табл. 6.18.

Таблица 6.17

Предпочтения в сфере «Гостиничное дело и курорты»

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	40	26.7	16.1	7.1
Официальное образование	33	6.0	16.1	14.2
И то и другое	27	66.7	76.1	78.5

Эти данные являются индикатором того факта, что организаторам образования следует разработать интегрированные программы.

Таблица 6.18

Профиль образования в секторе «Гостиничное дело и курорты»

ПРОФИЛЬ (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	30	17	-	-
Профессиональная подготовка	50	50	23	-
Университет	20	33	69	61
Аспирантура	-	-	8	38

При рассмотрении типа образовательной подготовки, дающей возможность будущим работникам получить настоящие умения для выполнения своих профессиональных обязанностей в гостиницах и на курортах, предприниматели предпочитают профессиональное обучение для уровней FLP и SPV. Из табл. 6.18 очевидно, что университеты чаще всего выбирают для уровней MLM и HLM, кроме последипломного образования в случае со вторым.

К. Райян отмечает тот факт, что там, где затрагиваются особые сферы исследования, члены комиссии четко отделили предпочтения специализированных курсов по туризму для уровней FLP и SPV, а для уровней MLM и HLM, – комбинированные курсы, где сочетались знания туристской индустрии и обучение деловым качествам. Анализ показан в табл. 6.19.

Таблица 6.19

Предпочтения в секторе «Гостиничное дело и курорты»

Сферы %	FLP	SPV	MLM	HLM
Бизнес	-	-	9	15
Туризм	50	55	45	23
Бизнес и туризм	25	22	36	46
Гуманитарная сфера	25	11	-	8
Бизнес, туризм и гуманитарная сфера	-	11	9	-
Бизнес и гуманитарная сфера	-	-	-	8

Туристические фирмы

Р. Норманн в своем исследовании «Управление в сфере услуг: стратегия и руководство на предприятиях сферы обслуживания» делает акцент на том, что так же, как и с предыдущими секторами, предприниматели выразили неудовлетворенность очень низкими результатами умений своих работников на уровнях FLP и SPV относительно туристических фирм.

По результатам исследования, показанным в табл. 6.20, очевидно, что исполнительные качества работников не отвечают ожиданиям их предпринимателей.

Таблица 6.20

Удовлетворение умениями в секторе «Туристические фирмы»

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	17	0	45	40

Это значит, что туристское образование не вооружает работников теми умениями, которые требуются от них для успешной реализации тех задач, которые стоят перед современной отраслью. Самые низкие результаты для уровней FLP и SPV, чуть выше для уровней MLM и HLM, хотя и здесь эти результаты не доходят до 50%. В результате анализа результатов (см. табл. 6.21) оказалось, что члены комиссии не дали никаких явных предпочтений ни одному из приоритетных качеств. Хотя все-таки можно сделать вывод о том, что для уровня FLP межличностные отношения считаются самыми важными (25 %). Затем следуют знания туристской индустрии (20 %) и иностранных языков (20 %).

Таблица 6.21

Приоритеты в секторе «Туристические фирмы»

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Профессиональные знания	10	20	25	22
Анализ динамики прогнозирования	-	-	-	9
Знание туристической индустрии	20	20	19	17
Маркетинговое прогнозирование	-	-	-	-
Правовые знания	-	5	-	-
Менеджмент	-	5	12	9
Маркетинг	5	5	6	4
Знание разнообразных культур	10	-	6	-
Научные исследования	-	-	-	4
Стратегическое планирование	-	-	-	13
Техническое обучение				
Знание компьютеров	10	10	6	5
Знание иностранных языков	20	10	12	9
Личные качества				
Межличностные связи	25	25	12	9

Для категории SPV межличностные отношения снова выходят на первый план (25%), затем следуют деловые качества (20 %), знания туристской индустрии (20 %). Для уровня MLM и HLM деловые качества являются максимальным приоритетом (25% и 22%).

При приеме на работу предприниматели учитывают предыдущий опыт и официальное образование равноценно для всех профессиональных категорий, кроме уровня FLP, где предшествующему опыту отдается явное предпочтение.

Таблица 6.22

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	60	-	-	-
Официальное образование	-	-	-	-
И то и другое	40	100	100	100

По мнению Н. Лайпера, это доказывает важность применения целостных образовательных программ, включающих практические компоненты. При анализе предпочтений в образовании в табл. 6.22 предприниматели высказались в пользу предыдущего опыта на уровне FLP, официальному образованию не дали предпочтение ни на одном уровне, сочетание того и другого – на всех профессиональных уровнях.

Туристские операторы

Ж. Тороманов и Ж. Лепап в своих научных работах касаются проблем в данной сфере туристической деятельности. На профессиональном уровне SPV способность межличностных контактов, знание компьютерных технологий – это умения, которые считаются самыми важными (25%). Для профессионального уровня MLM знание законодательной базы, менеджмента, маркетинга и деловые качества особенно необходимы (17%). Для профессионального уровня HLM важны знания туристической индустрии и менеджмента, хотя оценки все еще низкие (17%).

Таблица 6.23

Удовлетворение предпринимателей в секторе туроператоров

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	0	67	67	67

Степень удовлетворения умениями и знаниями своих работников разная на разных профессиональных уровнях, что показано в табл. 6.23. Полученные оценки достаточно высоки (67%), кроме уровня FLP, где эксперты выразили свое явное неудовлетворение, дав оценку 0.

Этот результат заслуживает внимательного обсуждения организаторами образования, так как именно работники этой категории первыми встречают потребителя туристических услуг.

В табл. 6.25 показан анализ необходимых умений. Для категории FLP способность межличностных контактов, знание туристской индустрии, деловые качества и знание иностранного языка, представляют собой самый высокий уровень приоритетов (20 %) из всех.

Профессиональное образование и предшествующий опыт при найме новых работников одинаково важны для экспертов во всех профессиональных категориях. (табл. 6.24.)

М. Касадо акцентирует внимание практиков на том, что программы подготовки, которые систематически сочетают теоретические знания с реальным опытом, также необходимы.

Таблица 6.24

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	-	-	-	-
Официальное образование	33	-	-	--
И то и другое	67	100	100	100

Таблица 6.25

Приоритеты в секторе туроператоров

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
	приоритет	приоритет	приоритет	приоритет
Базовое образование				
Профессиональные знания	20	8	17	8
Анализ динамики прогнозирования	-	-	-	17
Знание туристической индустрии	20	17	8	17
Маркетинговое прогнозирование	-	8	8	-
Правовые знания	-	-	17	8
Порядок управления делами	-	-	-	8
Менеджмент	-	8	17	17
Маркетинг	-	-	17	-
Знание разнообразных культур	10	8	8	8
Научные исследования	-	-	-	-
Стратегическое планирование	-	-	-	8
Техническое обучение				
Знание компьютеров	10	25	-	-
Знание иностранных языков	20	0	8	-
Личные качества				
Межличностные связи	20	25	8	8

Туристический маркетинг

С. Гронрус в своих статьях («Модель качества услуг и ее применение в маркетинге» и «Обеспечение обслуживания потребителя и маркетинг») оценивает очень низко уровень удовлетворения предпринимателей в туризме умениями и знаниями сотрудников, для всех категорий и равен нулю для FLP.

Таблица 6.26

Удовлетворение предпринимателей в секторе туристического маркетинга

Удовлетворение %	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	0	20	20	20

Эти результаты характеризуют незрелость маркетинга в туристской сфере. (табл. 6.26)

Возникает неуверенность в инвестициях в маркетинговые планы без тесного контакта с настоящим потребителем и имеющих незначительную базу потенциальных клиентов.

С. Витт и Л. Маутинхо в своем учебнике по туристическому менеджменту и маркетингу подчеркивают тот факт, что такая незрелость данного сектора содействует продолжающемуся игнорированию точных функций, которые должны выполнять работники данного сектора.

Что касается умений и навыков всех работников данного сектора, то эксперты снова не смогли дать высокую оценку ни одной из рассматриваемых профессиональных категорий.

Однако, даже в этой ситуации анализ дает нам возможность сделать определенное заключение. Для профессионального уровня FLP два критерия одинаково важны.

Для профессиональных уровней SPV и MLM предшествующий опыт имеет приоритет.

На профессиональном уровне HLM, профессиональное образование и сочетание двух критериев получили одну и ту же оценку. Эти данные в табл. 6.27 демонстрируют потребность применения обучающих программ, сочетающих теоретические знания с реальным опытом в компаниях.

Таблица 6.27

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	40	60	40	20
Официальное образование	40	-	20	40
И то и другое	20	40	20	40

Придание особого веса предшествующему опыту, а не профессиональному образованию, при приеме на работу нового штата для данного сектора не выявляет никаких явных тенденций для всех профессиональных уровней в целом.

Таблица 6.28

Приоритеты в умениях и знаниях в секторе туристского маркетинга

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
	приоритет	приоритет	приоритет	приоритет
Базовое образование				
Профессиональные знания	7	18	11	5
Анализ динамики прогнозирования	-	-	-	-
Знание туристской индустрии	7	11	18	5
Маркетинговое прогнозирование	-	-	-	-
Правовые знания	-	6	11	10
Порядок ведения дела	-	-	-	5
Менеджмент	-	6	11	19
Маркетинг	7	11	11	14
Знание разнообразных культур	27	18	11	10

Научные исследования	-	-	-	5
Стратегическое планирование	-	-	-	14
Техническое обучение				
Знание компьютеров	7	6	6	5
Знание иностранных языков	27	11	6	5
Личные качества				
Межличностные связи	20	11	11	5

Для профессионального уровня FLP эксперты считают многостороннее знание культур и иностранных языков (27 %) самыми важными. На третье место поставлены коммуникативные умения. Для профессионального уровня SPV оценки даже ниже. Это предполагает, что требования к умениям работников еще ниже, чем на предыдущих уровнях.

Многосторонние знания культур и деловые качества – на первом месте с оценкой 18 %.

На уровнях MLM и HLM оценки ниже. Знание туристской индустрии – 18%, менеджмента – 19%. Очень низкие требования к пониманию межличностных связей, знанию компьютерных технологий и иностранных языков показаны в табл. 6.28.

Очевидно, для предпринимателей не важны такие дисциплины, как «Анализ динамики прогнозирования», «Маркетинговое прогнозирование», «Научное исследование».

Ресурсы культурных развлечений

Ж. Фоше и Л. Лорензи в своих исследованиях определяют уровень удовлетворения умениями и знаниями своих сотрудников на всех профессиональных уровнях равным нулю.

В табл. 6.29 показано глубокое неудовлетворение экспертов, способствующее дальнейшим вложениям в исследования для определения объективных причин и выделения основных качественных пробелов в обучении работников данной сферы.

Таблица 6.29

Удовлетворение в секторе «Культурные ценности как туристские объекты»

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	25	0	0	0

Таблица 6.30

Приоритеты сектора «Культурные ценности как туристские объекты»

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
	приоритет	приоритет	приоритет	приоритет
Базовое образование				
Профессиональные знания	17	15	11	5
Анализ прогнозирования	-	-	-	-
Знание туристской индустрии	7	11	18	5

Маркетинговое прогнозирование	-	-	-	-
Правовые знания	-	6	11	10
Порядок ведения дела	17	-	-	5
Менеджмент	17	17	12	19
Маркетинг	7	11	11	14
Знание разных культур	16	15	11	10
Научные исследования	-	-	-	5
Стратегическое планирование	-	-	-	14
Техническое обучение				
Знание компьютеров	22	17	6	5
Знание иностранных языков	17	11	6	5
Личные качества				
Межличностные связи	12	22	12	5

В табл. 6.30 дается полный анализ приоритетов для уровня FLP – это компьютерные умения – главный приоритет (22%), затем деловые качества (17%), знание иностранных языков (17 %) и менеджмента (17 %). Для профессионального уровня SPV межличностные контакты возглавляют таблицу умений и навыков для тех сфер, где в них наибольшая потребность с оценкой 22%, затем компьютерные навыки (17%). Для уровня MLM межличностным контактам и менеджменту (12%) отданы главные приоритеты, а менеджмент получил высокую оценку для уровня HLM. Согласно табл. 6.31 эксперты отдали явное предпочтение превосходству предыдущего опыта над профессиональным образованием при приеме на работу для профессиональных уровней SPV, MLM и HLM. Для FLP профессиональное образование предпочтительнее опыта. Этот факт подчеркивает потребность в учебных планах, сочетающих практический опыт в реальной компании с теоретическим обучением.

Таблица 6.31

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	25	50	50	50
Официальное образование	50	25	25	25
И то и другое	25	75	75	75

Туристская администрация

Е. Купер, Д. Вестлейк и Д. Латам в своем труде «Исследование кадрового обеспечения в пределах Европейского сообщества» анализируют степень удовлетворения предпринимателей работой своих сотрудников: очень низкая для профессиональных уровней FLP и SPV.

Выше для MLM и HLM, хотя и здесь не отмечена высокая степень энтузиазма.

Существующая качественная ситуация относительно умений и знаний работников в туристской администрации, требует значительных улучшений, что демонстрирует табл. 6.32.

Таблица 6.32

Удовлетворение предпринимателей в секторе «Туристская администрация»

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	18	18	36	40

Таблица 6.33

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	-	10	10	11
Официальное образование	50	30	20	33
И то и другое	40	60	70	56

При подборе новой команды профессиональное образование превалирует над предшествующим опытом для профессионального уровня FLP, для других категорий – сочетание двух критериев.

Программы обучения требуют сочетания теории и практики, о чем свидетельствует табл. 6.33. Как показывают данные табл. 6.35, относительно приоритетов в данной сфере – оценки очень низкие. Относительно требуемого образования, способное вооружить будущих работников знаниями и умениями для выполнения своих функциональных обязанностей, предпочтительно университетское образование во всех случаях, и послеуниверситетское образование для профессионального уровня HLM согласно табл. 6.34.

Таблица 6.34

Профиль образования в секторе «Туристская администрация»

Профиль %	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	22	-	-	-
Профессиональная подготовка	22	44	22	-
Университет	44	56	45	25
Аспирантура	-	-	33	75

Таблица 6.35

Приоритеты в умениях и знаниях в секторе «Туристская администрация»

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
	приоритет	приоритет	приоритет	приоритет
Базовое образование				
Профессиональные знания	6	8	9	-
Анализ динамики прогнозирования	6	5	5	8
Знание туристической индустрии	6	14	9	17

Маркетинговое прогнозирование	3	11	7	-
Правовые знания	3	5	5	-
Делопроизводство	-	-	2	17
Менеджмент	3	11	19	13
Маркетинг	-	-	9	4
Знание разнообразных культур	14	-	2	4
Научные исследования	-	-	7	4
Стратегическое планирование	-	-	5	25
Техническое обучение				
Знание компьютеров	6	8	9	-
Знание иностранных язык.	20	8	5	-
Личные качества				
Межличностные связи	23	22	22	25

По мнению А. Проста и Л. Штернхауса, сферы исследований, предпочитаемые предприятиями туристской индустрии – это сочетание бизнеса, туризма и гуманитарной сферы.

Об этом также свидетельствуют данные табл. 6.36.

Таблица 6.36

Сфера исследования сектора «Туристская администрация»

Сферы %	FLP	SPV	MLM	HLM
Бизнес	-	-	-	-
Туризм	-	-	-	-
Бизнес и туризм	50	25	50	29
Гуманитарная сфера	50	25	17	29
Бизнес, туризм и гуманитарная сфера	-	50	33	29
Бизнес и гуманитарная сфера	-	-	-	13

Эти результаты свидетельствуют о том, что для подготовки специалистов для данного сектора требуется изучение многих интегративных междисциплинарных программ с различными подходами к туристической индустрии. Особое внимание необходимо уделять исследованиям в сфере бизнеса, туризма и гуманитарной сферы.

Транспорт в туризме

Ж. Лепап и Ж. Тороманов в своей работе «Туристский продукт: транспорт и коммерция» отмечают тот факт, что степень удовлетворения очень высока в этом секторе и значительно выше, чем в других секторах. Это наглядно показано в табл. 6.37.

Таблица 6.37

Удовлетворение предпринимателей в транспортном секторе

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	87.5	75	87.5	100

Сочетание двух факторов – теории и практики – необходимы для создания обучающих программ, так как предприниматели при найме на работу учитывают именно эти сочетания согласно табл. 6.38.

Таблица 6.38

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	11	-	-	-
Официальное образование	34	34	11	22
И то и другое	55	66	89	78

В табл. 6.39 показаны тенденции в приоритетах на образовательном уровне, где предпочтение отдается второму образованию и профессиональной подготовке для уровня FLP, университетам для уровней SPV и MLM и повышению квалификации для уровня HLM.

Таблица 6.39

Профиль образования, предпочитаемый в транспортном секторе

Профиль (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	38	22	11	-
Профессиональная подготовка	38	22	22	-
Университет	24	56	44	25
Аспирантура	-	-	22	75

В табл. 6.40 дан анализ сочетания профессионального туристского образования, делового протокола и гуманитарного образования, что является важным для всех профессиональных категорий, кроме HLM, где подготовке в бизнесе отдано наивысшее предпочтение.

Таблица 6.40

Сфера исследования в транспортном секторе

Сферы (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Бизнес	-	14	12.5	37.5
Туризм	20	-	-	-
Бизнес и туризм	20	14	-	-
Гуманитарная сфера	20	-	25	25
Бизнес, туризм и гуманитарная сфера	40	43	37.5	12.5
Бизнес и гуманитарная сфера	-	14	12.5	25

Оценка приоритетов остается очень низкой: межличностные контакты (29%), компьютерные умения (21%), знания иностранных языков (21%) для профессионального уровня FLP. Об этом говорит также Д. Павех в своем исследовании «Транспорт в сфере туризма». Межличностные контакты возглавляют перечень приоритетов, а деловые качества и менеджмент важны для профессиональных уровней MLM и HLM (см. табл. 6.41.)

Таблица 6.41

Приоритеты в умениях и знаниях в транспортном секторе

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Профессиональные знания	4	15	16	14
Анализ динамики прогнозирования	-	-	2	2
Знание туристской индустрии	11	13	7	6
Маркетинговое прогнозирование	-	5	7	8
Правовые знания	4	8	5	4
Делопроизводство	-	-	2	6
Менеджмент	-	10	15	16
Маркетинг	-	3	5	6
Знание разнообразных культур	14	5	5	4
Научные исследования	-	-	5	4
Стратегическое планирование	-	-	7	10
Техническое обучение				
Знание компьютеров	21	15	14	6
Знание иностранных языков	21	5	5	2
Личные качества				
Межличностные связи	29	21	14	8

Природные ресурсы

Как отмечают американские исследователи Х. Грин, Б. Моор и К. Хантер в своей работе «Оценка окружающей среды при развитии туризма», в этом секторе – средний уровень удовлетворения во всех группах, кроме профессионального уровня SPV, где оценка очень высокая (см. табл. 6.42).

Таблица 6.42

**Удовлетворение предпринимателей в секторе
«Природные ресурсы в качестве туристских объектов»**

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	43	86	43	43

Таблица 6.43

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	22	22	-	-
Официальное образование	33	11	22	33
И то и другое	45	67	78	67

Сочетание профессионального образования и предшествующего опыта является альтернативным выбором для предпринимателей в секторе, что означает необходимость создания интегрированных программ (теория и практика)(см. табл. 6.43).

Образовательный уровень, необходимый для вооружения будущих работников умениями и знаниями для выполнения своих функциональных обязанностей, профессиональное образование для уровня FLP и университетское образование для всех других категорий, повышение квалификации для профессионального уровня HLM (табл. 6.44).

Таблица 6.44

Профиль образования, предпочитаемый предпринимателями в секторе «Природные ресурсы в качестве туристских объектов»

Профиль (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	14	22	-	-
Профессиональная подготовка	58	11	-	-
Университет	28	56	89	25
Аспирантура	-	-	11	75

Для профессиональных уровней FLP и SPV межличностные контакты (29% и 24%), для MLM – менеджмент (24%), для HLM – профессиональные знания в туризме (22%) и стратегическое планирование (22%) – самые необходимые качества на управленческом уровне (табл. 6.45).

Таблица 6.45

Приоритеты в секторе «Природные ресурсы в качестве туристских объектов»

Сфера обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Профессиональные знания	6	6	6	-
Анализ динамики прогнозирования	6	6	-	11
Знание туристской индустрии	-	-	12	22
Маркетинговое прогнозирование	-	-	6	6
Правовые знания	6	6	-	6
Порядок ведения дела	-	-	6	-

Менеджмент	-	12	24	11
Маркетинг	-	-	6	6
Знание разнообразных культур	24	18	6	-
Научные исследования	-	-	6	6
Стратегическое планирование	-	-	6	22
Техническое обучение				
Знание компьютеров	-	6	12	-
Знание иностранных языков	18	12	-	-
Личные качества				
Межличностные связи	29	24	18	11

Таблица 6.46

**Сферы исследования, предпочитаемые предпринимателями в секторе
«Природные ресурсы в качестве туристских объектов»**

Сферы (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Бизнес	-	-	14	25
Туризм	33	20	-	-
Бизнес и туризм	67	40	14	-
Гуманитарная сфера	-	20	14	25
Бизнес, туризм и гуманитарная сфера	-	20	43	37.5
Бизнес и гуманитарная сфера	-	-	14	12.5

Туристское образование – сфера предпочтения в обучении для уровней FLP и SPV, а туристское и гуманитарное образование с обучением по многим дисциплинам – на управленческом уровне. Об этом также говорят теоретики туризма (Э. Фаус-Сола, Д. Джафари).

Следует отметить предпочтение туристских дисциплин и сочетание бизнеса и туризма на уровне FLP, бизнес, туризм и гуманитарная сфера на уровне MLM и HLM [348] (табл. 6.46).

Конференции и спортивные события

В. Саменфинк отмечает, что уровень удовлетворения размещен на середине позиции во всех категориях; наблюдается низкая оценка приоритетов, что показано в табл. 6.47.

Таблица 6.47

**Удовлетворение предпринимателей в секторе
«Конференции и спортивные события»**

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	40	20	30	20

Таблица 6.48

Официальное образование и предыдущий опыт

Значимость (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	-	60	40	20
Официальное образование	30	-	20	40
И то и другое	70	40	20	40

В результате исследования не выявлено четких предпочтений ни к профессиональному образованию, ни к предшествующему опыту, ни в одной категории при найме на работу, что ясно из табл. 6.48. Предприниматели не делают ставку на специальное профессиональное образование. В табл. 6.49 показаны приоритеты: межличностные контакты (21 %) для профессиональных уровней FLP и SPV, менеджмент (14 %), стратегическое планирование (20 %) – самые важные умения для менеджеров.

Таблица 6.49

Приоритеты в секторе «Конференции и спортивные события»

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Знание делопроизводства	16	11	11	11
Анализ стимулов	-	-	4	7
Знание туристской индустрии	8	8	11	2
Маркетинговое прогнозирование	3	5	4	7
Правовые знания	-	-	9	7
Администрирование	-	3	2	2
Менеджмент	-	8	19	14
Маркетинг	-	3	13	11
Знание разнообразных культур	11	3	4	2
Научные исследования	3	3	2	2
Стратегическое планирование	-	3	4	20
Техническое обучение				
Знание компьютеров	18	22	4	2
Знание иностранных языков	18	11	4	2
Личные качества				
Межличностные связи	21	21	9	7

Как показывает анализ результатов исследования в табл. 6.50, многие рассматривают университеты и повышение квалификации после них весьма желательным образованием.

Таблица 6.50

Профиль образования в секторе «Конференции и спортивные события»

Профиль (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Вторичное образование	30	10	-	-
Профессиональная подготовка	20	10	-	-
Университет	30	60	60	20
Аспирантура	20	20	40	80

Таблица 6.51

Сфера исследования в секторе «Конференции и спортивные события»

Сферы (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Бизнес	-	-	-	20
Туризм	-	-	10	-
Бизнес и туризм	37.5	40	20	20
Гуманитарная сфера	37.5	40	50	30
Бизнес, туризм и гуманитарная сфера	25	10	-	10
Бизнес и гуманитарная сфера	-	10	20	20

Данные в табл. 6.51 говорят о том, что предприниматели предпочитают сочетание предметов сферы туризма, деловых методов и гуманитарных дисциплин на всех профессиональных уровнях и готовят специалистов по мультидисциплинарным программам.

Индустрия развлечений

В этом секторе, по мнению К. Деаморе («Прогнозирование в туризме и отдыхе»), французских исследователей (Ж. Фоше, Л. Лорензи, Ж. Фейт, Д. граджан), американских ученых (Э. Шафер, Г. Меллер, Р. Гетти) и на основе анализа Комиссии Европейского экономического сообщества «Европейцы и их досуг», уровень удовлетворения предпринимателей умениями своих работников низкий для FLP, средний для SPV и HLM и высокий для профессионального уровня MLM, что четко видно в табл. 6.52.

Таблица 6.52

Удовлетворение предпринимателей в секторе аттракционов / развлечений

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	25	50	75	50

Эксперты выявили очень низкие возможности для приоритета личных умений и навыков работников данного сектора. Однако, межличностные контакты (25%) были первыми во всех профессиональных категориях, затем следовали деловые качества и умение стратегически планировать задачи на управленческом уровне.

Таблица 6.53

Приоритеты в умениях и знаниях различных профессиональных уровней в секторе аттракционов / развлечений

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Профессиональные знания	17	17	25	17
Анализ динамики прогнозирования	-	-	-	-
Знание туристской индустрии	-	-	-	-
Маркетинговое прогнозирование	-	8	8	8
Правовые знания	-	-	17	-
Делопроизводство	-	-	-	-
Менеджмент	8	17	-	17
Маркетинг	-	-	-	8
Знание разнообразных культур	8	-	-	-
Научные исследования	-	-	-	-
Стратегическое планирование	-	-	-	25
Техническое обучение				
Знание компьютеров	8	8	8	0
Знание иностранных языков	17	17	-	-
Личные качества				
Межличностные связи	25	25	25	25

Как видно из табл. 6.53, знание иностранных языков – важный фактор для FLP SPV, а знание компьютерных технологий – для FLP, SPV и MLM. В этом секторе показатели для таких дисциплин, как делопроизводство, маркетинг, правовые знания, научные исследования и знания разнообразных культур очень низкие и просто отсутствуют на всех уровнях.

Как показано в табл. табл. 6.54, важность профессионального образования и предшествующего опыта при приеме на работу в сектор, ориентированный на развлечения, подчеркивает предпочтение предыдущего опыта на профессиональных уровнях FLP и SPV, на управленческом уровне отдано предпочтение сочетанию двух компонентов.

Таблица 6.54

Образование и предыдущий опыт в секторе аттракционов / развлечений

Значимость (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	50	100	25	25
Официальное образование	25	-	-	-
И то и другое	-	-	75	50

Питание и напитки

Согласно исследованиям теоретиков туризма (Т. Келли, С. Миллс, Х. Риккл, Д. Руттер), уровень удовлетворения предпринимателей умениями своих работников низкий для профессиональных уровней SPV и FLP, средний для профессионального уровня MLM и высокий для профессионального уровня HLM. Результаты анализа представлены в табл. 6.55.

Таблица 6.55

Удовлетворение предпринимателей в секторе «Питание и напитки»

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	25	25	50	100

В табл. 6.56 представлены данные о том, что в этом секторе большее предпочтение при приеме на работу для FLP было отдано предыдущему опыту, в то время, как на профессиональном уровне MLM эксперты отдали явное предпочтение профессиональному образованию. Никаких предпочтений не было выявлено в двух других категориях.

Поэтому и здесь существует потребность в создании таких интегративных, междисциплинарных программ, которые бы сочетали теоретические знания с практикой.

Таблица 6.56

Образование и предыдущий опыт в секторе «Питание и напитки»

Значимость %	FLP	SPV	MLM	HLM
Предыдущий опыт	50	-	-	-
Официальное образование	25	50	75	50
И то и другое	25	50	25	50

Эксперты выявили также очень низкие возможности для приоритета личных умений и навыков работников данного сектора, что показано в табл. 6.57.

Однако, межличностные контакты, знания иностранных языков и деловые качества занимают первое место в профессиональной категории FLP (23%). Межличностные контакты вместе с разносторонними знаниями культур стали приоритетной областью для профессионального уровня SPV (19%). На управленческом уровне самыми важными качествами являются маркетинговое прогнозирование и менеджмент. Проанализировав секторный туризм и профессиональные уровни в нем, мы должны исследовать географические районы в контексте карты туристических профессий. Для анализа ситуации рассматривались 6 регионов.

Таблица 6.57

Приоритеты в умениях и знаниях в секторе «Питание и напитки»

Сферы обучения (%)	FLP	SPV	MLM	HLM
Базовое образование				
Профессиональные знания	23	13	13	17
Анализ динамики прогнозирования	-	-	-	-
Знание туристской индустрии	-	-	6	-
Маркетинговое прогнозирование	-	-	19	22

Правовые знания	8	6	-	-
Делопроизводство	-	6	6	-
Менеджмент	-	13	-	22
Маркетинг	-	6	6	6
Знание разнообразных культур	-	19	-	-
Научные исследования	-	6	-	-
Стратегическое планирование	-	-	-	6
Техническое обучение				
Знание компьютеров	15	-	13	11
Знание иностранных языков	23	13	-	6
Личные качества				
Межличностные связи	23	19	13	11

Европа

В странах, экономика которых претерпевает преобразования и характеризуется появлением новых производственных парадигм, основывающихся на знаниях и их прикладном использовании, а также на обработке информации, необходимо укреплять и обновлять связи между высшим образованием, сферой труда и другими секторами общества.

Т. Баум («Управление трудовыми ресурсами в сфере европейского туризма и гостеприимства»), Д. Вестлейк, К. Купер, Д. Латам («Исследование кадрового обеспечения в сфере туризма в рамках европейского сообщества»), Ж.Паскуалини, Б. Джако («Туризм в Европе»), А. Сабримон, Р. Оллье («Развитие туризма в европейском сообществе») и другие эксперты данного региона убеждены, что внутри европейского континента будет развиваться тенденция к путешествиям, и вместе с ней серьезная конкуренция потребует высокого качества обслуживания с акцентом на умения и знания в международном туризме. В последние годы возникает значительный пласт туристических зон вдали от традиционных рынков, делая необходимым использование новых типов туристского продукта для консолидации способностей этих направлений удерживать клиента. Центральная и Восточная Европа будут развивать свои туристские рынки, требующие особого внимания к сохранению природных и культурных ресурсов.

Таблица 6.58

Удовлетворение предпринимателей в Европе

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	38	28	21	23

Эксперты выявили низкий уровень удовлетворенности личностными навыками, что потребует значительного улучшения сферы обучения, данные анализа показаны в табл. 6.58.

Профессиональный уровень FLP получил очень высокую оценку в целом.

Европа – один из регионов, где внутреннее обучение имеет приоритет и большое значение в качестве образовательной системы в туризме. Охрана окружающей среды получит еще более пристальное внимание к себе в силу инициатив «зеленых». Приватизация воздушного транспорта и телекоммуникаций является примером тенденций, способствующих развитию конкурентоспособности рынка, взрыву спроса на квалифицированных работников. Старение населения, изменение роли женщин будут влиять на туризм в Европе.

Америка

Эксперты Американского континента: Д. Паттерсон, М. Шоу («Программы развития управления: канадские перспективы»), Г. Дикк, Д.Эмери («Социальное будущее провинции Альберта в Канаде»), Г. Кибеди («Стандарты профессиональной подготовки в Канаде»), Д. Чрептик («Кризис трудовых ресурсов. Каких ресурсов?»), Т. Хальтон («Вызовы для будущего гостиничной отрасли») в своих исследованиях акцентируют внимание на том, что старение населения и уменьшение уровня рождаемости являются двумя ключевыми факторами, влияющими на спрос и предложение. На рынке труда структура рабочей силы будет меняться от высокого уровня участия этнических меньшинств, недееспособных работников до женщин и работающих пенсионеров на всех уровнях.

Таблица 6.59

Удовлетворение предпринимателей профессиональными уровнями

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	28	28	37	35

Эксперты обнаружили продолжающееся уменьшение размеров компаний, увеличение структуры по горизонтали, что гораздо эффективнее для удержания своих работников. По мнению Ж. Ренгеля, эксперты пришли к заключению, что в подготовке персонала все-таки будут проблемы в будущем, так как степень удовлетворения своими работниками низкая на всех уровнях в данном регионе. Эти результаты показаны в табл. 6.59.

Африка

Эксперты этого региона подтвердили факт о продолжении экономических трудностей наряду с высоким уровнем безработицы, политической и социальной нестабильностью.

Однако, в то время, как некоторые эксперты считали, что многие официальные лица будут препятствовать развитию туризма, другие почувствовали общественную тенденцию всевозрастающей поддержки туризма в качестве альтернативной формы экономического развития. В табл. 6.60 показана современная степень удовлетворения умениями и знаниями для профессионального уровня FLP равная нулю; на среднем уровне для профессионального уровня SPV и более высокая оценка для управленческого состава.

Таблица 6.60

Удовлетворение предпринимателей в Африке

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	0	33	55	55

Восточная Азия и Тихоокеанское побережье

Эксперты этого региона – К. Ги, К. Ким, Й. Макбил, Ж. Ренгель и другие – предсказали стремительный экономический рост в этом регионе въездного туризма.

Новые виды путешествий, возрастающий объем свободного времени, и создание прочной законодательной базы будут воздействовать в качестве катализатора туристского спроса. Однако, эксперты выразили заинтересованность в исследовании недостатков обучения специалистов в Азии вследствие некачественной организации обучения в самих учебных заведениях. Как показывают исследования, приведенные в табл. 6.61, степень удовлетворения умениями и знаниями своих работников здесь значительно выше, чем в других регионах.

Восточная Азии и Тихоокеанское побережье

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% удовлетворения предпринимателей знаниями и умениями своих работников	47	35	41	50

Средний Восток

По мнению экспертов, рост делового туризма и путешествий ради отдыха и удовольствия в регионе приведет к возрастанию спроса на квалифицированные трудовые ресурсы. Данные в табл. 6.62 свидетельствуют о том, что степень удовлетворения умениями и знаниями своих работников очень высокая для уровня HLM и очень низкая для уровня SPV.

Таблица 6.62

Средний Восток

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
% предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	33	11	44	62

Южная Азия

Уровень въездного туризма будет возрастать и приведет к большому спросу на туристские инфраструктуры. Хотя нет явно выраженной туристской политики в этом регионе, рабочих мест будет здесь больше.

Таблица 6.63

Южная Азия

Удовлетворение	FLP	SPV	MLM	HLM
(%) предпринимателей, удовлетворенных знаниями и умениями своих работников	14	57	43	83

Как показывают данные в табл. 6.63, эксперты выражали оптимизм по поводу роста спроса в туристском регионе и пессимизм по поводу острой конкуренции организаторов туристского обслуживания. Одним из условий поддержания требуемого уровня конкурентоспособности является наличие квалифицированных трудовых ресурсов.

Степень удовлетворения умениями и знаниями своих работников здесь очень высокая для профессионального уровня HLM и очень низкая для профессионального уровня FLP.

На основе анализа были сделаны самые разнообразные выводы. Самое важное заключение – вузы должны перейти к практике перспективного управления, отвечающей потребностям той среды, в которой они действуют. Вузы должны быть автономными в своих внутренних делах с четкой и транспарентной подотчетностью правительству, парламентам, учащимся и обществу в целом. Все активнее заявляет о себе тенденция, ориентированная на уменьшение финансовых обязательств государства перед высшим образованием.

Аргументы сторонников этого подхода таковы: человеческий капитал, создаваемый в вузе, велик и им пользуется тот, кто получил диплом о высшем образовании.

За время обучения он приобрел культурные и профессиональные навыки, которые отличают его от людей малоквалифицированных или вообще не имеющих квалификации и обеспечивают ему более высокую производительность и, соответственно, более высокий доход.

Таковы аргументы сторонников сокращения доли участия государства в финансировании высшего образования и расширения использования альтернативных источников, прежде всего, более широкого привлечения средств от тех, кто получает высшее образование.

Университетам предстоит трудная работа, чтобы адаптироваться к требованиям зарождающейся эпохи глобализации, в ситуации ее вызовов, обострения множества глобальных проблем и необходимости перехода человечества на модель устойчивого развития. Существуют две самые важные тенденции развития высшей школы на современном этапе.

Во-первых, превращение университетов в эпицентры программирования регионального развития, причем понимаемого не только в экономическом, но и шире – в социальном, культурном, экологическом смысле.

Во-вторых, тенденции складывания новой инновационно-предпринимательской модели университета, в которой последний превращается фактически в научно-образовательно-промышленный комплекс с академическим ядром и междисциплинарной проектно-ориентированной периферией, состоящей из множества сетевых инновационных высокотехнологичных структур и малых предприятий, активно работающих с заказами местных органов власти, промышленности, бизнеса и общества в целом. Таким образом, в этом разделе проанализированы все основные умения и навыки специалистов сферы туризма по профессиональным уровням и регионам мира. Все это дает возможность сформулировать основные качества модели структурных компонентов профессиональной компетентности специалиста новой генерации для сферы туризма.



6.2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОВЕТА ЕВРОПЫ В СФЕРЕ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Голландский исследователь проблем профессионального образования Т. Ван дер Берге в своей работе «Проблемы качества и тенденции в профессиональном образовании в Европе» отмечает тот факт, что благодаря достижениям последних нескольких лет образовательные процессы в Европе приобрели конкретный характер, и соответствуют современному развитию европейского содружества. Все большая часть политического и академического мира понимает потребность установления тесных контактов во всей Европе с целью формирования и оценивания ее интеллектуального, культурного, социального и научно-технического потенциала.

«Европа знаний» теперь уже широко признана как незаменимый фактор социального и гуманитарного развития, как необходимый компонент объединения и обогащения европейского населения. Проектирование образовательных структур и внедрение новых моделей и программ подготовки, как свидетельствует опыт всех стран, в том числе и Украины, – процесс чрезвычайно сложный. Отечественные ученые подчеркивают тот факт, что основная задача на современном этапе реформирования высшего образования состоит в том, чтобы реформу образования поняли и восприняли те, кто учиться и те, кто дает работу.

Главная цель, задекларированная в Болонье – создание условий для свободного перемещения студентов, преподавателей, менеджеров образования и исследователей на просторах Европы. При развитии тезиса о качестве образования целесообразно процитировать Коммюнике Берлинской Конференции министров образования европейских стран (2003): «Качество высшего образования, безусловно, является основой создания Простора Европейского высшего образования». Министры поддерживают дальнейшее развитие гарантий качества на уровне учебных заведений, на национальном и европейском уровнях.

Они провозглашают необходимость развития критериев и методологий для всеобщего использования качества в сфере образования.

Они подчеркивают, что согласно принципам автономности учебных заведений, первичная ответственность за качество высшего образования лежит на каждом отдельном учебном заведении, и таким образом обеспечивает возможность проверки качества системы обучения в национальных границах. Д. Педроза рассматривал этапы подготовки европейского содружества к принятию Сорбонской декларации.

Сорбонская декларация (1998), по мнению А. Барблана, определила центральную роль университетов в развитии европейских культурных ценностей. Она обосновала создание зоны европейского высшего образования в качестве основного пути развития мобильности граждан с целью их трудоустройства на благо всего континента.

К. Харрис («В тени Болоньи») подчеркивает тот факт, что европейские высшие учебные заведения, наследуя фундаментальные принципы, сформулированные в университетской хартии «Magna Charta Universitatum», принятой в Болонье, начали играть главную роль в строительстве Зоны европейского высшего образования.

Автономность университетов дает полную уверенность в том, что системы высшего образования и научных исследований будут непрерывно адаптироваться к новым потребностям, запросам общества, необходимости научных знаний.

В. Журавский и Н. Згуровский подчеркивают тот факт, что Болонский процесс определил основные принципы вхождения в Европейский простор. Украина осуществляет реализацию положений Болонской декларации в системе высшего образования и науки на 2004-2010 годы.

Г. Хауг исследует проблемы реформирования учебных программ и структур в университетах Германии. Важную роль в развитии европейского образования сыграли международные конференции в Саламанке и Праге (2001).

Выдающиеся исследователи проблем высшего образования и профессиональной подготовки специалистов (М. Вероника, Х. Дикк, Ж.-Л. Лема, Р.-П. Халл, Д. Эмери), анализируя тенденции в развитии трудовых ресурсов, предпринимательской деятельности в сфере профессиональной подготовки на своих предприятиях, профессиональном консультировании, профессиональной переподготовке, повышении квалификации, проведении научных исследований, пришли к заключению, что эта сфера в период глобализации бросает вызовы, удовлетворение которых потребует консолидации усилий всех участников образовательного процесса и создание новых образовательных систем.

Вступление Украины в европейское содружество стран невозможно без серьезной реформы профессиональной подготовки специалистов во всех сферах, особенно тех, которые непосредственно связаны с иностранным языком. Работа по реформированию системы подготовки специалистов со знанием иностранных языков проходит в содружестве с ведущими высшими учебными заведениями Украины и зарубежных стран, культурными и образовательными центрами России, Германии, Китая, Великобритании, Франции, США, Бельгии и ЮАР.

В рамках указанного проекта разработано качественно новое содержание языковой подготовки студентов, которые учатся на просветительно-квалификационном уровне «Бакалавр».

В высших учебных заведениях туристского профиля, где изучение иностранных языков имеет приоритетное значение, реализуется новый концептуальный подход к обучению будущих специалистов со знанием иностранных языков. Этот подход отражен в принципах учебных планов, программ, которыми предусмотрен учет профессиональных потребностей самих специалистов для общества, в котором они будут работать. Будущие специалисты рассматриваются как активные субъекты процесса обучения, которым присущее чувство личной ответственности за свое образовательное и профессиональное развитие.

Такой подход обеспечивает индивидуальное и интеллектуальное развитие студентов и оказывает содействие формированию в них специальных умений самостоятельно осуществлять дальнейшее профессиональное развитие путем рефлексии. В них также учтена тесная связь обучения иностранным языкам с другими компонентами образования. Качественные изменения в характере международных связей нашего государства и их расширение, интернационализация всех сфер общественной жизни делает владение иностранным языком насущной необходимостью практической и интеллектуальной деятельности человека.

Это обстоятельство становится существенным фактором социально-экономического, научно-технического и общекультурного прогресса общества и весомым способом международной интеграции. Все это повышает статус иностранного языка как общеобразовательного и профессионального учебного предмета в высшем учебном заведении туристского профиля.

Многие люди в нашей стране отдают себе отчет в необходимости владения иностранными языками. Поэтому большим спросом в наши дни пользуются альтернативные возможности изучения иностранных языков. Появились разнообразные языковые курсы и центры.

Опыт последнего десятилетия свидетельствует о том, что Украина все теснее сотрудничает с европейским сообществом в различных направлениях. Изучение английского языка (язык международного общения), французского, немецкого и иных европейских языков является приоритетным в нашей стране. Совет Европы на протяжении ряда лет осуществляет языковую политику, направленную на развитие плюролингвизма в европейских странах.

Он организует и финансирует разнообразные проекты в сфере иностранных языков.

Целью этих проектов является помощь странам-участницам в разработке и реформировании своих национальных образовательных программ по иностранным языкам.

А также обмену опытом и технологиями, разработке современных методик преподавания.

К этим проектам привлекаются лучшие специалисты со всей Европы. В нашей стране уже многое сделано для реформирования политики в сфере изучения иностранных языков: разработан проект концепции преподавания иностранных языков на Украине, проект государственного образовательного стандарта и учебные программы по иностранным языкам. Политика стран Европы в сфере обучения иностранным языкам направлена на поощрение лингвистического и культурного сотрудничества стран для достижения большей сплоченности Европейского сообщества.

Возрастающая необходимость общения граждан в многонациональной Европе, несмотря на культурные и языковые различия, требует долгосрочно организованной и профинансированной поддержки компетентных органов на всех уровнях образования.

Поэтому Совет Европы вместе с Советом культурного сотрудничества на протяжении ряда лет осуществляет проекты в сфере современных языков, проводит конференции, семинары и иные мероприятия, направленные на решение этой проблемы. Ответственными за осуществление языковой политики в Совете Европы являются две структуры.

Первая – это Секция Современных Языков в Совете Культурного Сотрудничества и вторая – Европейский Центр Современных Языков.

С 1976 года существует постоянный Комитет образования стран-членов ВТО, который осуществляет разработку стратегии сотрудничества с целью гармонизации системы образования западноевропейских стран в сфере туризма. Секция современных языков занимается стратегической разработкой европейской политики в этой области и ее первоочередные задачи:

- проводить политику международной координации и диалога;
- устанавливать стандарты;
- оказывать содействие разнообразному и качественному преподаванию языков в Европе, разрабатывая способы, методы преподавания и рекомендации по изучению иностранных языков;

- общие направления международных стандартов языковой политики.

Деятельность Европейского Центра Современных Языков практически ориентирована:

- разработку учебных программ;
- подготовку семинаров и мероприятий с дидактической направленностью;
- организацию диалогов и обменов между участниками;
- осуществление общих исследовательских проектов;
- распространение достижений и опыта преподавания иностранных языков.

Совет Культурного Сотрудничества вместе с Европейским Центром Современных Языков разрабатывают проекты в области современных языков, отражающие все направления языковой политики Совета Европы. Проект «Изучение языков гражданами Европы» (1990-1996) завершился межправительственной конференцией: «Преподавание языков в обновленной Европе». Конференция была организованная Советом Европы и проходила в Страсбурге с 15 по 18 апреля 1997 года. На ней присутствовали 300 участников из 41 страны. Они провели обзор результатов проекта и дали им оценку, выработали общие рекомендации относительно дальнейших действий правительств стран-участниц. Результаты проекта также отображены в документах, определяющих общеевропейские стандарты преподавания и изучения иностранных языков. Среди них: «Общеевропейский стандарт для пользователей», «Европейский языковой портфолио» и «Описание начальных уровней».

Совет Культурного Сотрудничества провел 31 международный семинар, на котором обсуждались культурный и образовательный вопросы.

Сегодня в Европейском Союзе, в который входят 27 стран, 23 официальных языка.

В центре внимания всех Европейских государств – Европейские языковые инициативы.

В результате широкой дискуссии 2001 год был объявлен годом европейских языков в Европе под девизом «Языки открывают двери». На это было выделено €8 млн.

Этот проект предполагал осознание многообразия европейских языков, содействие их изучению и мотивации многоязычия, создание единых квалификационных требований, понятных любому работодателю в Европе. А для этого необходимо усилить компетенцию в сфере иностранных языков и культур. В результате длительных и глубоких дебатов возникла убежденность в необходимости глубоких структурных и содержательных изменений в общей совместной деятельности в этой сфере в Европе.

«Языки находятся в сердце Европейского проекта: они отображают разные культуры и вместе с тем являются ключом к пониманию этих культур», – указано в одном из докладов Европейской комиссии. Не требует доказательства мысль, что граждане, владеющие иностранными языками, могут воспользоваться всеми преимуществами от свободного передвижения по Европейскому Союзу и им легче привыкнуть к жизни в другой стране.

Языковая компетентность – одно из главных условий успешного трудоустройства и карьеры. Языковая политика Европейского Союза свидетельствует о чрезвычайной важности изучения языков в интеграционных процессах.

Деятельность Евросоюза в этой сфере получила концентрированное выражение в концепции мультилингвизма, что является и политическим лозунгом, и программой действий ЕС. Декларируется, что цель языковой политики ЕС – сохранение языкового разнообразия сообщества и благоприятствование овладению гражданами ЕС иностранными языками.

По предложению генерального директората по переводам создается европейская магистерская программа подготовки переводчиков для работы в ЕС.

Благоприятствование изучению иностранных языков давно стало отдельным направлением деятельности Еврокомиссии – *Language Learning Policies* – «политика в сфере обучения иностранным языкам». Первой всеобъемлющей программой, направленной на это, была *Lingua*, введенная в 1989 году. С тех пор, как подчеркивает Еврокомиссия, «изучение иностранных языков находится в сердце европейских образовательных программ». Актуализировал языковую проблематику Европейский год языков в 2001 году.

По его завершении Европейский парламент и Европейский совет приняли резолюции, призывавшие Европейскую Комиссию разработать ряд мер, направленных на благоприятствование изучению иностранных языков. По данным Евробарометра, 67% европейцев считают, что преподавание иностранных языков должно стать политическим приоритетом, еще 29% абсолютно уверены в этом. Всего 84% европейцев считают, что каждый гражданин в ЕС должен владеть как минимум одним языком кроме своего родного. В 2002 году состоялось знаковое относительно языковой политики событие.

На Барселонском Саммите Европейского Совета главы государств или правительств объявили о внедрении в образовательные системы стран-членов принципа «родной язык плюс два иностранных» и «индикатора лингвистической компетентности».

Он предусматривает изучение как минимум двух иностранных языков с раннего возраста и должен стать частью деятельности учреждений школьного, университетского и профессионально-технического образования ЕС. План действий «Благоприятствование изучению иностранных языков и лингвистическому разнообразию 2004-2006» был ответом Еврокомиссии на призыв Европейского совета и Европейского парламента. Он концентрировался на трех стратегических сферах: изучение иностранных языков в течение жизни, улучшение преподавания иностранных языков, создание благоприятной среды для изучения языков.

План действий включал 47 конкретных предложений для действий ЕК на протяжении 2004-2006 годов. В соответствии с ним проводились общеевропейские научные исследования, конференции, семинары и информационные кампании, посвященные языковым проблемам.

Спонсировалось посещение студентами курсов языковой подготовки; предоставлялись гранты учителям иностранных языков. Для благоприятствования изучению иностранных языков значительно расширены программы Socrates и Leonardo. В их реализацию было инвестировано около €150 млн., что на 66% больше по сравнению с 2000-2002 годами. Языковая политика стала одной из приоритетных в новых программах ЕС на 2007-2015 годы.

План действий стал импульсом к конкретным шагам в направлении реформ образовательных систем стран-членов ЕС с целью внедрить принцип организации учебного процесса «родной язык плюс два иностранных». Конечно, не во всех странах эти мероприятия проходят с одинаковой интенсивностью. Изучение иностранных языков стало интегральной частью реформы национальной образовательной системы, принятой парламентом Болгарии в 2006 году.

Изменения в образовательной системе в соответствии с евроинтеграционной политикой планируются в Финляндии. Правительство Венгрии ввело всеобъемлющую стратегию преподавания и изучения иностранных языков под названием «Мировые языки».

Этой программой предусмотрены повышение во много раз финансирования изучения иностранных языков в школе, проведение года интенсивного изучения иностранного языка в сфере обязательного образования, новый экзамен по окончании школы, увеличение как минимум на 40% учебного времени, посвященного изучению иностранных языков.

С 2003 года реализуется национальная языковая стратегия в Великобритании. Она предусматривает изучение иностранных языков всеми возрастными категориями граждан, образование для взрослых и изучение языков в университетах. В школах вводят «Европейские секции», в которых ученики смогут изучать больше иностранных языков.

Некоторые из этих инициатив имеют форму пилотных проектов, которые со временем будут введены в образовательные системы. В Германии, Нидерландах, Франции, Финляндии и Австрии вводится сертификат «Сертилингва», в котором определяется языковая компетентность ученика. Он будет дополнять школьный аттестат.

Ежегодно 26 сентября в ЕС проводится Европейский День, ставящий целью прийти от популяризации мультилингвизма до изучения гражданами ЕС иностранных языков на протяжении жизни и неправительственного сотрудничества.

По последним данным, количество граждан ЕС, владеющих по крайней мере одним иностранным языком, возросло с 47% в 2001 году до 56 % – в 2015-м.

Возрастает также количество европейцев, которые считают знание иностранных языков полезным (с 79 до 83%); 53% из них считают знание иностранного языка чрезвычайно важным.

Половина европейцев соглашается с политическими целями ЕС, соответственно которым каждый гражданин ЕС должен владеть, кроме своего родного, еще двумя языками.

Последнее исследование «Европейцы и языки», проведенное Евробарометром в 2016 году, свидетельствует, что уже сегодня *lingua franca* для европейцев может быть английский язык. Он остается самым распространенным языком в Европе. Им как родным (13%) или как иностранным (38%) владеет 51% европейцев. За ним идут французский и немецкий (по 14%), испанский и русский (по 6%). 77% европейцев согласны с тем, что в качестве первого иностранного языка их дети должны изучать английский.

90% учащихся средних школ всей Европы сегодня изучают английский. Перспектива доминирования английского языка в коммуникации сообщества вынуждает европейских интеллектуалов говорить о необходимости поощрять изучение европейскими гражданами второго языка, не являющегося языком международного общения. Они предложили концепцию, суть которой состоит в том, чтобы каждый человек выучил легкий для усвоения иностранный язык. Этот второй язык должен быть близким родному. Фактически вводится концепция второго родного языка, изучение которого должно начинаться в школе и продолжаться в высшем учебном заведении.

Изучение языка должно сопровождаться изучением истории, культуры и литературы народа, носителя этого языка. Очевидно, в Украине языковая политика должна проводиться именно с учетом перспективы евроинтеграции. Ведь стать полноправным членом Объединенной Европы наше государство сможет при двух условиях. *Во-первых*, если у украинских граждан будет доступ к документации ЕС и информации о ЕС. Поэтому, как и в Европейском Союзе, в нашем государстве должна реализовываться соответствующая политика в сфере переводов. Уже давно назрела потребность в создании мощного центра переводов европейской документации.

Во-вторых, должна реализовываться идентичная европейской политика обучения иностранным языкам, поскольку трудно представить себя членом сообщества, с которым не можешь разговаривать на одном языке. Интеграция Украины в Европейский Союз будет способствовать пути реализации языковой политики ЕС.

В области языковой политики Совет Европы также тесно сотрудничает с Европейской комиссией, международными и неправительственными организациями, культурными институтами и иными партнерами. Деятельность Совета Европы базируется на трех принципах:

- богатое наследие разных языков и культур в Европе является ценным совместным источником для защиты и развития, и поэтому основными заданиями образования является преобразование этого разнообразия из препятствия в общении на источник взаимного обогащения и понимания;
- только путем превосходного владения современными иностранными языками можно облегчить общение и взаимодействие между европейцами с разными родными языками ради поддержки европейской мобильности, взаимопонимания и сотрудничества, и преодолеть предубежденность и дискриминацию;
- страны, принимая или развивая национальную политику в сфере преподавания иностранных языков, могут достигнуть большого объединения на европейском уровне путем внедрения единых требований для последующего сотрудничества и координации политики.

Новые страны-участницы Совета Европы, и среди них Украина, активно участвуют в осуществлении таких проектов. Для этих стран были разработаны специальные программы, включая ряд специализированных семинаров.

Р. Охфорд и Н. Хастингс в своих исследованиях анализируют основные общие цели, задачи европейской языковой политики, рекомендации, исследуя проблемы мотивации.

Анализ европейской языковой образовательной политики демонстрирует стремление к:

- облегчению свободного передвижения людей и идей в границах Европы;
- возрастанию взаимопонимания всех граждан Европы;
- качественному и количественному повышению уровня европейского сотрудничества;
- устранению и предотвращению предубеждений и нетерпимости относительно людей иных культур и национальностей;
- усилению демократических структур и норм.

По мнению Г. Нойнера («Роль социокультурной компетентности в обучении иностранным языкам»), для выполнения этих целей Совет Европы считает необходимым ряд мероприятий:

- предоставить гражданам Европы возможности общаться на различных языках;
- изучать языки в период обязательного образования;
- изучать иные страны, используя личный опыт, полученный в результате обменов;
- использовать приобретенные навыки и опыт общения на иностранном языке в совместно организованной деятельности;
- понимать значимость связей родного языка и культуры с иными европейскими языками и культурами;
- повышать роль международного компонента в национальных учебных программах;
- применять методы обучения, повышающие его эффективность.

Перечисленные в рекомендациях основные мероприятия направлены на развитие плюролингвизма в европейских странах:

- способствовать всем европейцам в достижении различных уровней общения на нескольких языках на протяжении всей жизни;
- расширять число исследуемых языков, опираясь на предложение установить соответствующие цели для каждого языка;
- поддерживать учебные программы, использующие гибкий подход на всех уровнях, включая основные курсы для получения частичной квалификации, с учетом их места в национальной квалификационной системе;
- содействовать использованию иностранных языков в преподавании нелингвистических дисциплин (например, истории, географии, математики), создавать благоприятные условия для такого обучения;
- осуществлять применение информационных технологий для распространения учебных материалов для всех национальных и региональных европейских языков;
- способствовать развитию связей и обменов с учреждениями в иных странах на всех уровнях образования, для приобретения языковых и культурных привычек.

Научные работники и практики (К. Вайнштейн, Р. Оксфорд) имеют значительные исследования в разработке методов обучения иностранным языкам, подготовке и повышении квалификации учителей для преподавания туристических дисциплин на иностранном языке.

В предложениях Комиссии по Культурному Сотрудничеству, приоритетными являются:

- высокий уровень среднего образования;
- профессионально-ориентированное языковое обучение;
- образование для взрослых;
- двуязычное образование;
- использование информационных и коммуникационных технологий;
- программа «учить учиться»;
- автономия в обучении;
- образовательные связи и обмены;
- оценка знаний;
- участие в программе развития языков для международного общения, в той мере, в которой позволяет национальная система образования;
- каждый учитель стран-участниц должен иметь возможность проходить тренинги, со специальными эффективными программами, с учетом национальной политики и структур образования.

По мнению Р. Оксфорда, специальные тренинги по методике преподавания иностранного языка в профессиональном аспекте для сферы туризма

- должны проходить вместе с мероприятиями, гарантирующими достаточную квалификацию специалистов в области иностранного языка;
- эффективно соединять свое знание языка и методы его преподавания в вузах;
- разрабатывать соответствующие формы оценки знаний на начальном этапе обучения;
- анализировать и сравнивать результаты языковых программ на местном, национальном и международном уровнях для укрепления основ политики и методики обучения.

С целью полнейшего использования ресурсов органы власти, институты, ответственные за развитие национальных программ образования учителей и их практическую подготовку, должны выбирать и определять ясные и последовательные цели их обучения.

Они представлены в виде набора ключевых компетенций в общей структуре отношений, на основе которых будут строиться программы, стандарты, планы, материалы и оценки.

По утверждению исследователей (Д. Ракфорд, Д. Савелл, П. Твоинг), ключевые компетенции в сфере иностранных языков должны включать:

- лингвистический, межкультурный, образовательный и психологический компоненты;
- роль, форму и содержание предметных дисциплин (лингвистика, культурные и региональные дисциплины, литература).

Некоторые отечественные ученые анализируют психолингвистические условия владения иностранными языками и процессы формирования педагогической компетентности специалиста в системе непрерывного социокультурного образования.

На начальном этапе языкового образования, должны быть критически пересмотрены и модернизированы учебные планы и программы в свете изменяемых приоритетов и потребностей общества и личности. Студенты должны понимать механизмы изучения иностранного языка.

Отечественные и зарубежные педагоги и исследователи (И. Бех, А. Абувиль, М.М.Бернье, П.-А. Карпанье) рассматривают проблемы формирования модели профессионала в контексте современной социокультурной ситуации в системе непрерывного образования.

Профессиональная подготовка должна помогать в развитии личных качеств, которые необходимы квалифицированному специалисту в интернационализации взглядов, свободных от предубеждения и нетерпимости. Будущим специалистам сферы туризма нужно прививать знания, понятия и навыки, помогающие им развивать умственные и творческие способности, независимость суждений для принятия решений по ходу учебного процесса самостоятельно, ответственно и творчески. Программы должны предусматривать крепкую базу для развития способностей студента наблюдать, критически оценивать и в некоторых ситуациях экспериментировать во время работы в аудитории.

В. Сафонова считает, что программы практической подготовки будущих специалистов по современным иностранным языкам для профессиональной сферы должны содержать:

- социокультурный компонент для развития социокультурной компетенции студентов (знание о стране или странах, язык которых будет излагаться);
- знание социокультурных характеристик общества, в особенности в сравнении с родной для студентов культурой;
- восприимчивое отношение к разнообразию и непостоянству культур;
- привычки, необходимые студентам для наблюдения и анализа социокультурного феномена. Появились модели языковой деятельности в интеллектуальных системах.

Все усилия разнообразных международных организаций в сфере обучения иностранным языкам способствовали появлению новых направлений в филологии. Особое место в сфере подготовки специалистов в сфере туризма занимает специализация «Иностранная филология в туристской деятельности». В пятой главе подробно рассмотрены учебные программы на бакалавра, магистра и доктора философии в вузах туристского профиля. Следует еще раз акцентировать внимание на том факте, что практически во всех этих учебных заведениях самое пристальное внимание уделяется изучению иностранных языков.

В **Международном Институте Менеджмента** в Эссексе (Британия) по специализации «Управление гостиничной отраслью» иностранные языки (английский, немецкий, испанский) являются обязательными предметами.

В **Институте Гостеприимства и Туризма Le Monde** в Афинах (Греция) на специализации «Гостиничный менеджмент», «Туристский менеджмент», «Развлечения в гостиницах» обязательным является изучение английского языка, а также и других европейских языков.

В **Университете Богазичи** (Турция) на специализации «Туристский менеджмент» в перечень обязательных предметов входят английский, немецкий, французский и испанский.

Линкольн Университет (Новая Зеландия) уделяет внимание международным контактам с Францией, Испанией, Германией. В связи с этим, студенты имеют возможность проходить практику (Интернатуру) в этих странах, где необходимо знание иностранных языков.

Поэтому во время изучения учебных курсов по специализации «Туристский менеджмент», «Туристские услуги» и «Туристская среда» в магистратуре обязательно изучение французского, испанского и немецкого языков.

В **Школе Гостиничного и Туристского Менеджмента** в Гонконге и в **Школе Профессиональной Подготовки и Повышения Квалификаций в Сфере Туризма** в Макао (Китай) все лекции читаются на английском языке.

Обязательными элементами изучения являются японский и мандариновый.

Сочетание иностранных языков и туризма в **Мадридском Университете** по специализации «Английская филология и туризм» содержит то новое, что может предложить университет.

Вследствие этого возникла необходимость создания факультета, сочетающего туризм и иностранные языки, и который в современном обществе имеет очень большое значение, так как его специалисты востребованы на современном рынке труда. Речь идет о двух названиях, дополняющих друг друга, как в своем содержании, так и в последующем предложении повысить свою квалификацию для дальнейшего развития своей профессиональной деятельности.

С одной стороны – изучение англосаксонской филологии и культуры, знания которых широко применяются в области туризма. С другой стороны – туризм.

В настоящее время, туристическая деятельность поддерживает широкие международные отношения, что требует от будущих профессионалов глубоких знаний других языков и культур, без которых невозможен профессиональный рост и успешная карьера в туризме.

Будущие выпускники факультета по специализации «Филология и туризм» получают образование, способствующее становлению и развитию их дальнейшей профессиональной деятельности знания, и приобретают умения и навыки, как ответственные за коммуникацию и общественные отношения в сети гостиничного хозяйства и авиакомпаний, для того, чтобы активизировать туристскую деятельность в общественных и государственных организациях.

Общими предметами, изучаемыми на факультете филологии в университете, являются предметы сферы туризма для того, чтобы дополнить образование, а именно:

- готовить профессионалов со свободным владением английским языком и знанием англосаксонской культуры;
- давать студентам прочные знания второго иностранного языка: (французского или немецкого);
- предоставлять студентам возможность стажировки за рубежом (для этого третий курс обучения студенты проводят в английских или американских университетах);
- готовить профессионалов, способных исполнять свои профессиональные обязанности в любой сфере туризма, а также способных управлять таким процессом как коммерция, особенно в международном значении;
- сочетать изучение иностранной филологии и туризма для формирования крепких знаний в гуманитарной области и в сфере управления предприятием;
- совершенствовать знания обучением на производстве и формировать крайне необходимые умения, навыки и способности для развития трудовой деятельности: информационной и технико-коммуникативной.

Опыт Мадридского университета показывает, что у данной специализации большие перспективы. Поэтому мы можем взять на вооружение все разработки данного университета и внедрить их в лучших вузах Украины, которые традиционно имеют значительный опыт в сфере профессиональной подготовки специалистов по иностранным языкам.

Подготовка по иностранным языкам в **Институте Туристского Менеджмента** при ВТО включает в себя изучение иностранных языков (английский, французский, немецкий, испанский), где объем часов занимает второе место после изучения предметов по менеджменту.

Английский язык

Так как все лекции читаются на английском языке, то предусматривается отличное владение этим языком. Особенно подчеркивается важность правильной и логической аргументации, ясности и точности изложения мыслей, методы изложения инструкций и протоколов.

Французский & немецкий & испанский

Понимание способа мышления и достижение способности проживания во франко- (немецко, испано)- говорящей среде. Необходимо владение большим объемом лексического материала для коммуникативного общения в повседневной жизни и в служебных отношениях.

В Сорбонне (Франция) в **Институте Высшего Образования и Исследований в Сфере Туризма** особое значение уделяется иностранным языкам, в первую очередь, английскому языку международного общения. Интегрирование английского языка в модули профессиональной подготовки подчеркивает его роль как средства профессионализации. Защита дипломной работы также происходит на английском языке. Полной уверенностью можно сказать, что одной из основных характеристик профессиональной подготовки специалистов сферы туризма является подготовка по иностранному языку.

Практически, в каждом вузе туристского профиля профессиональная подготовка по иностранным языкам стоит на третьем месте после теоретических дисциплин туристского профиля и экономико-управленческих. Количество учебных часов в практике освоения иностранных языков в программе составляет половину всего объема. Профессиональная иноязычная компетентность становится важнейшим компонентом системы качественной подготовки специалиста для туризма в странах-членах ВТО.

Исследования в данном поле проводятся также на Украине, рассматривая идеи интегративности в преподавании иностранных языков, языковые проблемы в свете концепции познавательного развития личности, проблемы формирования личностных когнитивных структур. Особое внимание в высшей школе уделяется психолого-педагогическим аспектам обучения иностранным языкам и психолингвистическим условиям овладения ими.

Современные достижения в сфере обучения иностранным языкам охватывают проблемы моделирования иноязычной деятельности в интеллектуальных системах, условия формирования иноязычной профессиональной компетенции и использования компьютерных программ, а также социокультурных и политико-экономических предпосылок определения языка международного общения. Можно говорить в этом контексте о новой парадигме языковой технологии информационного моделирования в лингвистическом пространстве.



6.3. МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Конкурентоспособность будущего специалиста является показателем качества подготовки выпускников вузов, где критерием выступает профессиональная компетентность.

По рекомендациям ЮНЕСКО, сущность концептуальных требований к профессиональной компетентности специалиста сводится к расширению знаний, умений и навыков, необходимых непосредственно для повышения производительности труда, в сфере жизнедеятельности в целом. Как утверждают американские исследователи (В. Дик, К. Уотсон, Р. Кауфман), на этом этапе происходит замена понятий трудовых производственных знаний полной гаммой знаний, умений и навыков. В том числе необходимых для:

- охраны и улучшения здоровья;
- демографического развития;
- сохранения и развития традиций и культуры;
- рационального использования природных ресурсов;
- защиты окружающей среды;
- снижения экологического риска;
- выполнения активной гражданской роли;
- конкурентоспособности на рынке труда.

Все это означает всесторонность учета интересов индивидуума и поддержание его в процессе профессионального развития.

По мнению выдающегося философа Д. Хабермаса, одной из характерных черт концепции профессиональной компетентности человека является повышение роли субъектов социальных преобразований и усовершенствований, его способности понять динамику процессов развития и их воздействие на ход отношений на рынке труда.

Исследователей сферы туризма среди разнообразных потребностей рыночной экономики интересуют потребности в интеллектуальном, культурном, физическом и нравственном развитии и самореализации личности. Также важны потребности отдельных предприятий, организаций и общества в целом в высококвалифицированной рабочей силе, в накоплении и использовании научно-технического и культурного потенциала.

Прогрессивное образовательное сообщество сегодня ставит перед собой новую задачу в сфере образовательной психологии – сформировать у студента умения учиться, особый менталитет, пути совершенствования контроля познавательной деятельности студентов с учетом индивидуализации и дифференциации обучения.

Как показывает анализ опыта образовательных систем многих стран, одним из путей обновления содержания образования и учебных технологий, согласования их с современными потребностями, интеграция в мировое образовательное пространство – это ориентация учебных программ на компетентностный подход и создание эффективных механизмов его внедрения.

Известные международные организации в сфере образования, изучают проблемы, связанные с появлением компетентно-ориентированного образования.

Это – ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ, ПРООН, Совет Европы, Организация Европейского Сотрудничества и Развития, Международный Департамент Стандартов и т.п.

Внедрение ключевых компетенций в содержание образования и их измерителей в систему мониторинга качества образования в европейских странах происходит постепенно, сопровождается широким обсуждением и основательным научно-дидактическим инструментарием.

Поскольку понятие ключевых компетенций довольно многогранно, его определение и трактование постоянно является предметом дискуссий.

Международная Комиссия Совета Европы в своих документах рассматривает понятие компетентности как общие, или ключевые, базовые умения, фундаментальные пути обучения ключевым квалификациям, представлениям, сопоставлениям, или опорным знаниям, кроссобразующим умениям или навыкам. По мнению экспертов Совета Европы, компетентность предусматривает: возможность личности воспринимать и отвечать на индивидуальные и социальные потребности; комплекс отношений, ценностей, знаний и навыков.

Эксперты Стран Европейского Союза определяют понятия компетентности как способность применять знания и умения, что обеспечивает активное внедрение учебных достижений в новых ситуациях. В последних публикациях ЮНЕСКО понятие компетентности трактуется как объединение знаний, умений, ценностей и отношений, применяемых в повседневности.

На конференции международного уровня с участием ЮНЕСКО, Министерства образования Норвегии (Департамент технического образования и профессиональной подготовки, 2004), пришли к соглашению в трактовке понятия компетентности как способности применять знания и умения эффективно и творчески в межличностных отношениях – ситуациях, предусматривающих взаимодействие с другими людьми в социальном контексте так же, как и в профессиональных ситуациях. Компетентность – понятие, которое логически исходит от отношений к ценностям, и умений к знаниям. В соответствии с определением Международного Департамента Стандартов для обучения и образования [International Board of Standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI)], понятие компетентности определяется, как возможность осуществлять деятельность, выполнять задачи или работу квалифицированно.

При этом понятие компетентности содержит набор знаний, умений и отношений, дающие возможность личности эффективно действовать или выполнять функции, направленные на достижение определенных стандартов в профессиональной деятельности. Для того, чтобы облегчить процесс оценивания компетентности, Департамент предлагает выделить из этого понятия такие индикаторы, как приобретенные в обучении знания, умения и достижения.

Организация Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР), начиная с 80-х годов, проводит свои исследования в этом направлении. Специалисты этой организации на протяжении нескольких лет собирали и анализировали данные об образовании в разных странах с позиции их результативности и эффективности, что дало возможность определить систему образовательных индикаторов. Именно страны-члены ОЭСР отметили, что с 90-х годов в мире недостает исследований относительно теоретических и концептуальных основ знаний и компетенций и их соотношений между собой. Организация Экономического Сотрудничества и Развития детально рассматривает и направляет ныне свою деятельность на проблему внедрения компетенций в содержание образования.

По мнению Г. Росса, наряду с понятием профессиональной компетентности широкое распространение получило также понятие конкурентоспособности специалиста, которое, на наш взгляд, обладает достаточной степенью конструктивности и может быть положено в основу проектирования всей образовательной деятельности.

При этом за основополагающие свойства следует принять:

- четкость целей и ценностных ориентиров;
- трудолюбие;
- творческое отношение к делу;
- способность к риску;
- независимость;
- способность а) быть лидером; б) к непрерывному саморазвитию; в) к непрерывному профессиональному росту;

- стремление к высокому качеству конечного продукта;
- стрессоустойчивость.

Конкурентоспособность специалиста, по мнению многих авторов, ассоциируется с успехом, как в профессиональной, так и личной сферах.

Главное психологическое условие успешной деятельности в любой области – это уверенность в своих силах по принципу: «уверенность – залог успеха».

Основные направления, по которым вырабатывается уверенность в себе:

- освоение и совершенствование профессионального мастерства;
- адекватное поведение в различных ситуациях человеческого общения;
- поддержание и укрепление здоровья и работоспособности;
- создание благоприятного внешнего облика, собственного имиджа.

Эти рекомендации ориентированы на повышение индивидуальной конкурентоспособности, что весьма актуально в условиях, когда альтернативой для каждого может стать безработица.

Рабочая сила сейчас – реальный товар на рынке труда, где все больше утверждается принцип конкуренции, и этот товар для соответствия спросу должен быть конкурентоспособным, т.е. иметь хорошее оформление и хорошую рекламу (саморекламу).

Базовые элементы и структура модели конкурентоспособности будущего специалиста подчиняются следующей логике:

- объекты освоения в процессе подготовки;
- требования к личностным качествам будущего специалиста;
- требования к умениям, навыкам и способности специалиста к деятельности.

На современном этапе развития в результате нашего исследования четко определена модель структурных компонентов профессиональной компетентности специалиста сферы туризма. Модель содержит в себе самые существенные характеристики.

Попытки построения мультидисциплинарной, иерархической модели саморазвития в теоретическом и эмпирическом аспекте делались многими исследователями, в том числе американскими учеными (Х. Марш и Р. Шавелсон).

Современная модель структурных компонентов профессиональной компетентности специалиста сферы туризма предполагает, что он профессионал высокого класса, обладающий многосторонними знаниями в теоретических и практических вопросах своей сферы.

В основу его фундаментальной общеобразовательной подготовки положены обширные знания таких циклов дисциплин:

- *общеобразовательные дисциплины* (история, география, культурология, религиоведение, страноведение, экология, социология, психология, педагогика, философия и т.д.);
- *дисциплины туристского профиля* (теория туризма и практика, туристская индустрия, производство и распределение туристской продукции, культура и социология туризма, туристский маркетинг, туристский менеджмент, туристская нормативная база: национальная и международная, управление трудовыми ресурсами в сфере туризма, трудовое право, стратегия и политика предприятий в туризме, принципы организации туристической деятельности, планирование и развитие туризма, планирование предприятий в сфере туризма, стратегия бизнеса, методы научных исследований), туризм и защита окружающей среды, рекреационная деятельность) знания нескольких иностранных языков; умения владеть информационными технологиями.

Специалист сферы туризма должен обладать целым набором положительных личностных характеристик, которые помогут ему достойно выполнять свои функциональные обязанности:

- способность функционировать в мультикультурологическом пространстве,
- дружелюбное поведение,
- способность принимать решения,

- мотивация и инициатива,
- контроль и самоконтроль,
- работа в команде,
- способность обучать других,
- гибкость в принятии решений,
- верность компании,
- способность работать системно.

В нашем исследовании нам удалось выявить и обобщить изучаемые стороны объекта. Теперь мы проанализируем дальнейшие пути становления и развития этой модели.

Данные, полученные в результате нашего исследования, можно разделить на 3 группы тенденций в трех направлениях:

- развитие специальных умений работников,
- становление туристской образовательной системы,
- распределение рабочих мест в сфере туристической деятельности.

В результате анализа основных тенденций в развитии специальных умений работников туристской сферы нами были сделаны определенные выводы. Значение полученных результатов можно установить из табл. 6.64, 6.65, 6.66.

Как показало исследование, повсеместно предприниматели считают качество умений, навыков и знаний своих сотрудников слабым, особенно для низшего звена. Эта категория имеет меньший доступ к обучающим возможностям.

В дополнение к профессиональному образованию, предприниматели также формируют штат сотрудников с учетом их предшествующего опыта. Существует необходимость в специальных обучающих программах, комбинирующих в себе теоретические знания с практическим опытом (применение теории на практике). Предприниматели в сфере туризма видят единство теории и практики как основу профессионального обучения как важную составляющую на всех уровнях.

Самый приемлемый уровень образования – профессиональное обучение для низшего и среднего звена, принимая во внимание, что они предпочли бы еще и последипломный университетский курс для менеджеров. Предпочитаемые области изучения – определенные обучающие программы по туризму, объединяющие в себе коммерческую деятельность и гуманитарные дисциплины, что предполагает потребность предпринимателей искать трудовые ресурсы, обученные с помощью мультидисциплинарной подготовки, которую можно было бы приспособить к определенным функциям каждой профессиональной категории.

Предприниматели туристической сферы идентифицировали свои приоритеты для базовых и технических знаний и персональные навыки, которые они считают необходимыми для каждого профессионального уровня.



Таблица 6.64

Тенденции в развитии специальных умений работников

Менеджерам нужно развивать умения в управлении кадрами, необходимо знание того, как мотивировать рабочую силу.	4.76
В связи с постоянной интернационализацией бизнеса всем менеджерам требуется больше практики в международном пространстве и многокультурном поле.	4.56
Осведомленность в средствах охраны окружающей среды и технике защиты станет существенной частью туристского образования на всех профессиональных уровнях.	4.37
Расширение участия в транснациональных компаниях будет способствовать появлению потребности в международных стандартах качества обслуживания, умений и знаний работников.	4.04
Сохранение общенационального здоровья и благополучия станет существенной частью туристского образования на всех уровнях.	3.96
Представителям управленческого аппарата нужно научиться высокому уровню умений в сфере управления: рыночное прогнозирование и стратегическое планирование.	3.92

Таблица 6.65

Тенденции относительно рабочих мест

Служащие с полным образованием и опытом работы, будут стоять выше.	4,56
Качество профессиональной деятельности служащего будет определять оплату труда.	4,54
Группы, (женщин) традиционно недостаточно представленные на организаторских уровнях, будут играть более важную роль.	4,16
Изменение стиля жизни будет требовать от компаний использования других, более подходящих, методов работы.	3,87
Тенденция относительно уменьшения персонала, уменьшит возможности служащих в продвижении по службе.	3,70
Для увеличения качества предоставляемых услуг, стимулы (поощрения) станут стандартами для компаний.	3,69
Большее количество дипломированных специалистов сферы туризма будет принято на контролирующие места.	3,47
Города с непрерывной работой (24 часа) станут нормой в системе занятости.	3,29
Диплом магистра станет первоначальным требованием для вступления и продвижения на управленческий уровень компании.	2,64
Индустрия предпочтет нанимать служащих с либеральными взглядами.	2,50

Тенденции в туристской образовательной системе

Туристские учебные заведения нужно укреплять курсом обучения деловым навыкам (практическим).	4,33
Непременные технологические перемены будут влиять на традиционные методы обучения: дистанционное, диалоговое обучение и т.д.	4,04
Индустрия будет нести возрастающую ответственность за воспитание своих служащих на всех уровнях.	3,79
Международный обмен программами на всех уровнях занятости станет общепринятым явлением.	2,92

Особый интерес представляет низкая оценка обозначенных приоритетов. Этот феномен должен стать предметом дальнейшего изучения в будущем. Межличностные коммуникативные навыки важны для низшего и среднего звена, тогда как способность управления и стратегического планирования были первостепенными на управленческом уровне.

Наиболее подходящая сфера для приобретения навыков и знаний, требуемых для выполнения задач, связанных с каждой сферой деятельности, желательное сочетание теории и практики для тесного взаимодействия организаторов образования и предпринимателей сферы туризма в составлении программ обучения.

В большинстве регионов главными тенденциями являются предполагаемый рост в индустрии туризма и изменение курса на новые рынки. Основная же проблема заключается в потребности квалифицированных трудовых ресурсов, способных гарантировать нужные условия качества туристских услуг, – качество, создающее условия достижения конкурентоспособности.

Существует широко распространенное соглашение о том, что деловой туризм должен играть важную роль в практическом обучении и образовании своих служащих.

Это демонстрирует разумный подход к усилению определенной культуры каждой компании.

В свете вышеизложенного, более детальный учет приоритетов и пробелов в качестве обучения должен стать частью большого числа более глубоких исследований, которые могли бы помочь систематизировать и стандартизировать будущие программы обучения в сфере туризма, в соответствии всех вовлеченных в систему обучения в сфере туризма.

Все прогнозы указывают на то, что в ходе следующего десятилетия туристическая активность достигнет новых высот и поэтому продолжит вносить значительный вклад в создание рабочих мест и увеличение благосостояния общества.

Туризм может стать важным фактором в сохранении природных и культурных ресурсов, их выгодное, но сбалансированное и жизнеспособное использование.

Деловая парадигма массового туризма по А.Фордиану уступает новым обстоятельствам и профессиональным правилам игры, подвергая сомнению непрерывность условий, управляющих спросом и предложением. Образование и обучение трудовых ресурсов в туристической индустрии может стать критическим, нерентабельным – во всем мире информация, творческий потенциал и «ноу-хау» стали наиболее важными источниками создания богатства.

По мнению П. Лавери, образование и обучение все еще являются предметом правил конкурентоспособной игры:

- не могут развиваться отдельно от потребностей и ожиданий пользователей;
- должны брать на себя оптимальное использование своих ресурсов.

Главное – необходимо утвердить в качестве цели – качество и эффективность туристского образования для того, чтобы гарантировать качество и эффективность в индустрии туризма.

Главная задача ВТО достичь качества туристского образования и предложить широко приемлемые свободные стандарты. Главные итоги нашего исследования указывают на необходимую потребность в построении качественных систем туристского образования.

Каждое предприятие, задачами которого является развитие туризма, каждая составная индустрии туризма планируется и стратегически изучается – будь-то в стране, регионе либо курорте – и уделяется большое внимание шагам, предпринятым для повышения качества подготовки трудовых ресурсов. На сегодняшний день многие методы стандартизированы, и ВТО должна, может и хочет помочь решить эту задачу.

Если мы выбираем новый качественный подход, мы должны определить потребности и ожидания предпринимателей, профессионалов и других пользователей туризма.

Следующий шаг – взаимодействие с вопросами, связанными с продуктивностью систем, программ и учебных заведений, где изучают туризм. Необходимо знать размер качественных пробелов, и если возможно принять меры, то они должны быть приняты. Без этой информации стратегия туристского трудового потенциала является обреченной на инерцию, интуицию и импровизацию. Это сомнительные достоинства в высококонкурентоспособной среде, которая подчинена непрерывным, далеко идущим изменениям, и где нет никакой непосредственной отдачи от инвестирования в образование и обучение.

Если мы хотим построить туристскую систему обучения, нельзя забывать про характер туристского сектора и дифференциацию его участников, не позволительно рассматривать эту систему с точки зрения лишь одной проблемы.

На пути к достижению цели существует множество проблем касательно оптимизации системы подготовки кадров, решение которых зависит от усилий, направленных на них. В действительности, содержание и объём учебного плана должны подходить разным ожиданиям в спросе туристской системы обучения. Существует ряд описаний этих ожиданий:

Ожидание обучающихся / будущих работников

Выпущенные кадры сразу же находят своего потребителя. Хотя уровень навыков тех, кто включился в процесс обучения в сфере туризма будет отличаться как, и их ожидания и потребности; студенты смотрят в будущее с целью использовать свои умения и навыки на протяжении всей своей карьеры.

Ожидание работодателей в туристском секторе.

Навыки и приобретённые знания студентов, их фундаментальные знания о текущем туристском спросе находят своего потребителя. Важно иметь возможность удовлетворять свои потребности с помощью точного определения целей и преодоления разногласий. Временные рамки обучения студентов отличаются, как у группы в целом, так и у студентов в частности.

Работодатели преследуют краткосрочные цели, нуждаясь в персонале, владеющим знаниями в определённых сферах в данный момент, студенты преследуют долгосрочные цели.

Ожидание обучающихся специалистов.

Их роль в обеспечении качества образования является решающей. Однако, ожидания преподавателей в системе образования отличаются от ожиданий двух первых групп – доступные ресурсы, рабочие инструменты, право свободного преподавания, оценочные механизмы.

С другой стороны, студенты заинтересованы в получении качественного образования, соответственно их долгосрочным ожиданиям. Важно распознавать ожидания и реальные потребности в системе туристского образования – осознавать трудности при определении содержания и объёма образования. Цель – удовлетворение ожиданий всех участников путём разработки для них комплекса потребностей.

Вместе с тем, наряду с академическими успехами, не менее важно, чтобы специалисты обладали целым рядом других качеств, а именно:

- имели сформированные навыки устной и письменной коммуникации;
- владели навыками работы с информационными технологиями;
- критически мыслили;
- ощущали потребность в непрерывном образовании;
- умели работать в группах;
- были творческими и инициативными;
- получали удовлетворение от работы в условиях здоровой конкуренции;
- демонстрировали культурную восприимчивость;
- были ориентированы на результат.

По мнению Ж. Делора, в современном мире непрерывное образование – не пожелание, а потребность. Наряду с традиционными функциями, в последнее время все большее значение приобретает новая, связанная с международным сотрудничеством, функция высшего образования.

В качестве центров исследовательской работы и получения знаний университеты оказывают помощь в решении ряда актуальных проблем общественного развития.

В странах-членах ВТО разработана концепция университета как инновационного социотехнополиса и эпицентра программирования развития региональной жизни.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретико-методологический анализ и новое решение научной проблемы профессиональной подготовки кадров для сферы туризма дал возможность установить, что в

- условиях глобализационных процессов в мировом пространстве;
- расширения международного сотрудничества;
- формирования общества толерантности и диалога культур туристское образование приобретает особую актуальность.

На основе обобщения результатов исследования сделаны такие выводы.

Комплексный анализ философской и психолого-педагогической литературы свидетельствует о том, что подготовка кадров для сферы туризма выходит на качественно новые рубежи в странах-членах ВТО, поэтому системный анализ функционирования дидактических образовательных систем будет чрезвычайно полезным для Украины, имеющей значительный туристский потенциал и может стать в перспективе одной из самых развитых в туристском отношении стран.

Методологические основы теории и практики профессиональной подготовки специалистов сферы туризма определены в соответствии с междисциплинарным содержанием туристского образования, имеющим опосредованные связи с философией, педагогикой, психологией, культурологией, социологией, политологией и другими дисциплинами.

Анализ современных теоретических положений и подходов (системный, синергетический, деятельный, гуманистический, культурологический и компетентностный) позволили определить их значительные исследовательские возможности при изучении феномена туристского образования.

На основе результатов изучения и обобщения научных идей и теоретико-методологических концептов определена сущность профессиональной подготовки кадров сферы туризма как многофакторной и многомерной динамической системы. Сложность и многоаспектность процесса профессиональной подготовки специалистов туристской сферы, ее динамический комплексный характер обусловили необходимость исследования ее с позиции системного подхода, который проявляется в понимании целей, методов, форм, способов и педагогических технологий.

На основе анализа научного дискурса психолого-педагогической и философской литературы определены основы технологического процесса профессиональной подготовки кадров для сферы туризма, которые заложены в таких категориях:

- специализация и обучение профессии в сфере туризма;
- повышение квалификации;
- подготовка педагогов для профессионального обучения туристической деятельности;
- практика на туристском предприятии;
- концепция обучения конкретной профессии данной сферы;
- содержание обучения по конкретной специализации;
- требования к контролю качества обучения и экзаменационные требования как высшая степень этого контроля;
- образовательная политика учебного заведения в конкретном регионе мира;
- реформирование образовательной системы подготовки кадров для сферы туризма целью усиления ее конкурентоспособности на мировом рынке труда.

Результаты анализа трансформационных процессов, осуществляющихся на современном этапе развития общества, свидетельствуют о том, что формирование дидактических систем подготовки специалистов для сферы туризма в странах-членах ВТО определяется характером связей между стратегическими компонентами (принципы, способы передачи содержания), тактическими компонентами (принципы, структура содержания, формы организации и методы обучения, способы контроля) и важными факторами внешней среды (культура, технология, методология).

Эти связи возникают в системе в процессе ее создания и адаптации до динамических характеристик социума.

Структурный аспект системного анализа дидактических систем позволил выявить общие закономерности и локальные особенности на каждом этапе их структурной сложности.

Значительные изменения разнообразных характеристик в процессе функционирования данных систем свидетельствуют об общих чертах: демократичность, гибкость, прозрачность.

На основе изучения отечественного и зарубежного опыта определено, что необходимым условием оценки результатов полученного образования являются стандарты, разработка и внедрение которых имеют цель:

- установить базовый уровень для получения и продолжения туристского образования;
- определить необходимые уровни квалификации, развития личности для аттестации специалиста-профессионала;
- повысить качество профессиональной подготовки путем расширения профессионального профиля;
- овладеть интегрированной группой профессий в сфере туризма;
- универсализировать содержание туристского образования;
- внедрить прогрессивные системы обучения в вузе туристского профиля;
- автоматизировать системы контроля эффективности деятельности вузов и органов управления;
- упорядочить права и ответственность всех форм профессиональной подготовки, субъектов системы туристского высшего образования;
- установить преемственную связь в условиях непрерывного образования;
- обеспечить конвертируемость высшего образования в сфере туризма внутри государства и за его пределами для участия на международном рынке труда.

Выявлено, что в зависимости от области применения и уровня утверждения различают следующие виды стандартов туристского образования:

- международный (по международным нормативам);
- государственный (федеральный, национальный), установленный правительством страны или уполномоченным им органом;
- региональный, разрабатываемый и устанавливаемый региональными органами власти в соответствии с их межотраслевыми и специфическими условиями.

Метод Дельфи дал возможность предвидеть тенденции в мировом туризме, образовании и подготовке специалистов для этой сферы. Данное исследование собрало в своей совокупности приоритеты, определяющие базовые умения и знания, существенные для каждого из 4 профессиональных уровней (персонал переднего края, инспекторы, среднее звено управления, высшее звено управления), и пробелы в обучении в каждом из них.

В связи с этим определяется степень удовлетворения предпринимателей знаниями и умениями своих сотрудников в том случае, если критерии оценки образовательной системы соответствуют предыдущим ожиданиям предпринимателей и поэтому являются безошибочным методом измерения качества предложенного обучения.

Внесена ясность в то положение, что особое место в технологии организации учебного процесса занимает качество подготовки специалистов – совокупность свойств и характеристик, определяющих готовность специалистов к эффективной профессиональной деятельности.

Качественная подготовка включает в себя: способность к быстрой адаптации в условиях научно-технического прогресса; владение профессиональными умениями и навыками; умение использовать полученные знания при решении профессиональных задач.

Результаты педагогического анализа свидетельствуют о том, что содержание учебных предметов и практик проектируется с опорой на всесторонний учет будущей социально-производственной (профессиональной) деятельности выпускника вуза туристского профиля.

Технологический подход к обучению предусматривает конструирование учебного процесса, исходя из образовательных ориентиров, целей и содержания туристского обучения.

Особого внимания в сфере подготовки специалистов для туристической деятельности заслуживают такие процессы, как коррекция учебного процесса и диагностика качества.

Анализ исследования проблемы профессиональной подготовки кадров для сферы туризма позволил сделать вывод о том, что педагогическая технология, связанная с системным подходом к туристскому образованию и обучению, охватывает все элементы данной системы: от постановки целей до проектирования дидактического процесса и проверки его эффективности.

Разработка научно-обоснованных принципов построения учебных планов в вузах туристского профиля в странах-членах ВТО ведется на разных уровнях профессиональной подготовки кадров. Обосновано, что изменения характеристик факторов влияния окружающей среды (культура, инновационные технологии, методология исследования) позволяют утверждать, что система профессионального образования в процессе перехода общества в новое информационное пространство отличается уровнем интерактивности и гуманизации; своей гуманитарной парадигмой.

Выявлено, что современный этап развития науки и техники сопровождается такими технологиями:

- внедрением инновационных, междисциплинарных подходов в разработке учебных планов и программ;
- подачей содержания обучения на основе интегрированных учебных курсов и инновационных учебных пособий;
- усилением роли компьютерных технологий в обучении;
- усовершенствованием процесса передачи информационного материала от педагога к студенту;
- появлением новых способов контроля знаний с помощью новейших методологий и технологий.

Все эти компоненты составляют суть педагогической системы обучения, которая реализуется в ведущих вузах туристского профиля стран ВТО.

Такая система является особой педагогической технологией, ориентированной на личность, определяющей мульти- и междисциплинарный подход в многоуровневой подготовке специалистов сферы туризма. Она позволяет оптимизировать учебный процесс, обеспечить его цельность в достижении целей обучения, способствует развитию познавательной сферы обучающего, содействует единству управления и контроля познавательной деятельности студентов с большими возможностями для их самостоятельной работы.

Решение проблемы компетентности специалистов сферы туризма потребовало определить его качественные характеристики, общие для всех регионов и сфер туристической деятельности.

Это позволило создать модель структурных компонентов профессиональной компетенции современного специалиста. Определено, что основными составляющими компонентами этой модели являются:

- *фундаментальные знания в сфере туризма* (маркетинг, менеджмент, право, дело-производство, стратегическое прогнозирование, технологическая подготовка);
- *технические умения* (знания компьютерных, коммуникативных технологий, иностранных языков);
- *личностные характеристики* (мотивация, инициатива, работа в команде, гибкость, функционирование в мультикультурном поле, способность обучать других и работать системно, верность компании, умение принимать решения и контролировать их выполнение).

В каждой квалификационной модели должны быть служебные обязанности, уровень образования, объем знаний и умений, а также определенные личностные качества, которые содействуют успешной профессиональной карьере.

В данном исследовании проанализированы также современные подходы к качественной подготовке кадров, что предусматривает рассмотрение структуры труда, детальный анализ профессиональных функций специалистов, выявление умений, необходимых для их выполнения.

Выявлено, что при рассмотрении современных тенденций в развитии модели структурных компонентов профессиональной компетентности специалистов сферы туризма в развитых странах мира, необходимо, в первую очередь, лучше развивать умения и углублять профессиональные знания в сфере управления кадрами.

В связи с постоянной интернационализацией бизнеса всем специалистам сферы туризма необходимо расширять практику в мультикультурном поле и международном пространстве и усовершенствовать знания иностранных языков. Осведомленность в средствах охраны и защиты окружающей среды, сохранение общенационального здоровья и благополучия станут существенной частью туристского образования на всех профессиональных уровнях.

Расширение участия в транснациональных компаниях будет способствовать появлению потребности в международных стандартах качества обслуживания, умениях и знаниях работников этой отрасли. Супервайзерам нужно научиться более высокому уровню управленческих умений, таким, как рыночное прогнозирование и стратегическое планирование.

Учебные заведения туристского профиля нужно укреплять частично курсом обучения, связанным с деловыми (практическими) навыками.

Теоретически обосновано, что технологические перемены влияют на традиционные методы обучения: дистанционное, диалоговое обучение и др. Выявлено, что основами современного образования в сфере туризма являются следующие параметры:

- фундаментализация образования, существенным образом повышающая его качество;
- опережающий характер всей системы образования, ее нацеленность на проблемы будущей постиндустриальной цивилизации,
- развитие творческих способностей человека;
- единство теории и практики с приоритетами внедрения современных научных достижений и инновационных технологий;
- широкая доступность образования для населения путем использования возможностей дистанционного обучения и самообразования с применением перспективных информационных и телекоммуникационных технологий.

Доказано, что в качестве стратегических направлений реорганизации туристского образования выступают: обеспечение нового уровня качества подготовки специалистов и формирование гибкой системы подготовки кадров, которая удовлетворяет современные потребности общества с быстрой адаптацией к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, – способностью молодых специалистов к расширению и пополнению знаний.

Решение этих задач в многоуровневой системе профессионального туристского образования предусматривает определение педагогической задачи, т.е. постановку целей и отбор учебного содержания адекватно перспективам социально-экономического и научно-технологического развития.

В исследовании определены задачи профессионального туристского образования в новых социо-экономических условиях:

- развивать профессиональное туристское образование среди женщин и старших групп населения, а также тех, у кого недостаточная квалификация;
- усилить целевое использование новых коммуникационных технологий и инноваций и оказывать этому всестороннюю поддержку;
- совершенствовать предложения, инструментарий и опыт в обеспечении надлежащей квалификации;
- добиваться доступности профессионального туристского образования для всех слоев населения;

- особое значение уделять развитию региональной концепции профессионального туристского образования;
- совершенствовать сертификацию профессиональной компетентности;
- разработать мероприятия по ротации кадров с целью снижения безработицы;
- усилить передачу достижений в профессиональном туристском образовании и образцовых моделей в систему общей практической переподготовки;
- углублять профессиональную компетенцию в сфере иностранных языков.

В свете вышеизложенного более детальный учет приоритетов и пробелов в качестве обучения должен стать частью более глубоких исследований, которые могли бы помочь систематизировать и стандартизировать будущие программы обучения.

Результаты анализа научной литературы свидетельствуют о том, что все прогнозы указывают на то, что в ходе следующего десятилетия туристская активность достигнет новых высот и потому продолжит вносить вклад в создание рабочих мест и увеличение благополучия общества. Туризм также может стать важным фактором в сохранении природных и культурных ресурсов, их выгодного, но сбалансированного и жизнеспособного использования.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что основные выводы и положения могут быть использованы в таких направлениях, а именно при: реализации государственной программы по развитию туризма на Украине; разработке стандартов высшего образования по специализациям туристского профиля; подготовке соответствующей учебно-методической документации для высших учебных заведений, готовящих бакалавров и магистров; разработке качественных квалификационных характеристик будущих специалистов сферы туризма; исследовании новых направлений в профессиональной педагогике.

Анализируя систему подготовки туристских кадров в зарубежных странах, можно сделать следующие выводы. В европейских странах существуют разные виды высших учебных заведений, различающихся уровнями специальной подготовки – двух- и четырехгодичные колледжи, высшие школы, институты, университеты, различающихся по типу своего формирования, что определяет специфику учебного процесса и учебных программ (на базе политехнических институтов, экономических и географических факультетов университетов, факультетов или институтов рекреации и отдыха, физической культуры и спорта, гостинично-ресторанных школ).

Учебные заведения различаются по специфике учебных программ, отражающих национальные особенности каждой страны – ее экономики, социального устройства, исторических традиций, сегментации рынка туризма, тенденций его развития. □

Школы стран Европы преимущественно предлагают четырехгодичную бакалаврскую подготовку кадров для туризма. Эти учебные заведения в организации учебного процесса применяют систему модулей – теоретических и практических.

Школы европейских стран серьезное внимание уделяют прикладному характеру обучения и получению студентами опыта работы в индустрии туризма: 25% учебного времени отдается производственной практике (2 из 8 семестров), помимо 2-4 практических учебных модулей.

Школы туризма европейских стран используют мультидисциплинарный подход к организации учебного процесса и применяют современные инновационные технологии и методы (электронное обучение, мультимедийные средства, моделирование, проектирование, кейсы).

На основе изучения деятельности ряда зарубежных учебных заведений туристского профиля, анализа учебных программ можно сделать вывод о том, что сформировалось несколько областей общих и специальных знаний, прикладных умений и компетенций, которыми должен владеть туристский персонал.

Во-первых, общая гуманитарная культура, знание теории, основного фактологического материала и практических вопросов в области истории, философии, политологии, социологии, социальной психологии, педагогики.

Во-вторых, знание юридических вопросов, прежде всего правовых основ деятельности административных органов, нормативных документов в сфере туристической деятельности, вопросов социально-трудовых отношений со всеми институтами власти и управления, знание субъектов хозяйствования туристической инфраструктуры.

В-третьих, профессиональное знание отдельных специфических разделов экономики, вопросов налоговой политики, владение практическими умениями анализа и учета, прогноза и планирования, маркетинга и продвижения туристского продукта.

В-четвертых, естественнонаучные знания в области географии, рекреологии, ресурсоведения, экологии, охраны окружающей среды.

В-пятых, владение информационными технологиями, умение использовать компьютерные системы для практической деятельности в туристической индустрии, анализа и учета данных.

В-шестых, адекватное и эффективное использование иностранных языков, особенно английского, в различных ситуациях профессионального общения.

Сложившийся международный опыт профессионального образования персонала для индустрии туризма и гостеприимства в ряде стран – лидеров туристической индустрии, свидетельствует, что концепция профессионального туристского образования предполагает непрерывность, цикличность и поэтапность обучения и многоуровневость, – охватывает довузовский (un) уровень, вузовский уровень различных ступеней – уровень колледжа (2 года), бакалавриат (4 года), магистратура (5,5-6 лет), последипломное обучение (докторантура), повышение квалификации, профессиональная переподготовка. Тенденциями и современными принципами в развитии концепции туристского образования являются: □

- обучение в течение всей трудовой жизни, связанное с постоянно меняющимися условиями производственной среды в индустрии туризма и гостеприимства и ростом конкуренции; □

- «специализация специалиста», предполагающая углубленную специализацию профессиональной подготовки в условиях производственной гибкости, позволяющую специалисту быстро адаптироваться при любых изменениях производственной среды и требующая специализации обучения, учебных заведений, учебно-методических комплексов, преподавательских кадров;

- интернационализация системы туристского образования, связанная с переходом индустрии туризма и гостеприимства от национального к многонациональному характеру, повышением уровня требовательности потребителей к качеству и ассортименту туристского продукта, ростом стандартов и требований к туристскому персоналу; □

- интеграция систем туристского образования с производством в туризме и гостеприимстве в формальную учебно-производственную систему.

В современных условиях содержание профессионального туристского образования обусловлено, с одной стороны, тем, что туризм не является монодисциплиной, а находится на стыке различных дисциплин гуманитарного, экономического, естественнонаучного цикла, а с другой стороны, имеет сугубо прикладной характер. В связи с этим содержание учебных программ и планов строится по принципу заимствования соответствующих разделов из других научных областей для образования самостоятельной парадигмы туризма.

Туризм и туристическая деятельность, являясь сферой межличностных отношений, требуют от специалистов владения не только специальными знаниями, но и соответствующими умениями и навыками по психологии и социологии, этике общения, эстетике, культуре речи.

Являясь областью высокотехнологичного и гибкого производства, индустрия туризма неизбежно предполагает умение профессионально работать в компьютерных сетях, централизованных системах бронирования, информационных системах гостиничных и транспортных цепей.

Особое место среди знаний, умений и навыков специалистов туристической деятельности занимает владение иностранными языками, особенно английским.

Это обусловлено тем, что английский язык является самым распространенным языком межнационального общения на земном шаре: на нем говорят свыше 1 млрд. человек (для 370 млн. родной, еще 750 млн. используют его как язык профессионального общения).

Его актуальность возрастает в связи с политикой открытых границ, расширением возможностей обучения за рубежом, обмена информацией.

Специфика туристической деятельности требует от специалиста этого профиля, помимо специальных знаний, умений и навыков, наличие определенных психофизических, психологических, мотивационных и поведенческих характеристик: благоприятные внешние физические данные, психические реакции, психологические и личностные установки: толерантность, обязательность, точность, аккуратность, работоспособность и др.

Для определения и выявления этих качеств в будущих специалистах служат отборочные тесты для абитуриентов. В организации профессионального туристского образования преобладает субъектно-целевой подход, т.е. подготовка персонала для индустрии туризма и гостеприимства производится по заказам индустрии, ее производственно-хозяйственных структур, местных туристских администраций, так как они определяют спрос на выпускников. Конкретный перечень специалистов, подразумеваемый под термином «туристский персонал», определяется традициями туристского образования и принятыми понятиями, характерными для данной школы туризма.

Признано понимание туристского персонала как в узком смысле – кадры, занятые организацией путешествия (туроператоры, турагенты, агенты по бронированию, билетные агенты, гиды, гиды-экскурсоводы, гиды-переводчики, аниматоры, менеджеры туризма), так и в широком смысле. Это кадры, занятые организацией всех услуг во время путешествия (кадры туристических фирм, экскурсионных и музейных учреждений, транспортных компаний, гостиниц и ресторанов, индустрии развлечений, предприятий сферы услуг).

Важное место занимают учебно-тематические планы и программы туристского профиля, структурируемые по принципам комбинаторности и уровневости, обеспечивая поэтапность, последовательность, поступательность и цикличность, что соответствует реальной схеме профессионального роста в туристской карьере. Учебные программы формируются в зависимости от приверженности конкретного учебного заведения одному из двух направлений: академическому (образование для пожизненной карьеры с учетом профессионального роста) и прагматическому (подготовка к выполнению конкретных специфических функций).

Международный опыт подготовки кадров туризма подтверждает, что, являясь прикладной, гибкой и постоянно изменяющейся областью приложения, туризм и туристическая деятельность требуют нетрадиционных подходов в обучении. Ведущими туристскими учебными заведениями мира применяются различные методико-педагогические подходы к организации обучения, отражающие различные уровни интеграции учебного материала. Междисциплинарный, мультидисциплинарный и трансдисциплинарный подходы обеспечивают качественно новый уровень организации учебно-методического комплекса и структурирования учебных программ и планов и обеспечивают высокие стандарты профессиональной подготовки специалистов туризма.

В организации учебного процесса туристского профиля широко применяется модульно-технологический принцип, нацеленный на обеспечение максимальной интеграции системы образования и системы производства.

В рамках данного направления, с одной стороны, учебно-производственные модули воссоздают производственно-хозяйственную среду (модуль «Турагентство», модуль «Гостиница») для подготовки специалистов на рабочем месте, с другой стороны, преподаватели туризма заняты практической деятельностью в индустрии туризма, не теряя связи с производством на современном уровне, практические работники туризма задействованы в системе туристского образования в качестве преподавателей и консультантов.

Новизна, комплексность, гибкость парадигмы туризма, интеграция образовательных систем и туристского производства, интернационализация всех систем туристского образования предполагают использование преимущественно инновационных методов и методических приемов при организации учебного процесса, среди которых выделяются обучение с помощью компьютера, моделирование, мультимедиа. Проблемы современного туристского образования и пути их решения могут быть сформулированы следующим образом: отсутствие единых стандартов профессиональной подготовки специалистов туристической деятельности как критериев уровня и качества образования препятствует контролю качества, снижает эффективность этого контроля.

В связи с этим необходимо учесть, что

- стандартизация всей системы туристского образования, выработка профессиограмм и критериев качества подготовки специалистов;
- стремление к стандартизации, приводящей к копированию уже существующих систем образования без учета национальных особенностей каждой отдельно взятой страны;
- постановка задачи – определить, что должно быть стандартизировано и каким образом в системе образования должны быть учтены национальные культурные, исторические, географические и иные особенности для организации более эффективной системы туристской подготовки и придания национального колорита туристскому продукту; □
- в результате разобщенности систем туристского образования в разных странах, различия в концепциях, терминологии, дефинициях, в содержании и методологии, в подготовке преподавательских кадров становится необходимой гармонизация международного сотрудничества в области туристского образования через международные форумы, научно-практические конференции, обмен преподавателями и студентами, научной и учебно-методической литературой, через создание международных ассоциаций учащихся, взаимное признание дипломов; □
- разрыв между теорией и практикой в системе туристского образования может быть ликвидирован усилением интеграции систем образования и производственных систем в индустрии туризма и гостеприимства с помощью развития модульно-технологического направления, привлечения функционеров туризма к преподаванию, включения преподавательского корпуса в производственные процессы, совместные интегрированные программы с другими смежными вузами, а также усиления экспериментального обучения и участия в практических проектах.

Сегодня учебные программы по туризму отражают не только современные тенденции развития туризма, особенности меняющейся конкурентной среды, вызовы глобализации, но и потребности своего локального или регионального рынка.



СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Абашкина Н.В. Принципы развития профессиональной освіти в Німеччині: Монографія. – К.: Вищ. шк. – 1998. – 206 с. – Бібліогр.: С. 196-204.
- Агутков П.Р. Психология и современное образование // Педагогика. – 1996. – № 2. – С. 31– 34.
- Александров Г.Н., Полежаева Л.А. Вопросы моделирования и деятельности личности специалиста // Среднее спец. обр. – 1982. – № 1. – С. 8–30.
- Алексеевко Т.А. Управління якістю підготовки фахівців в університеті в контексті Болонської декларації // Педагогічний процес: теорія і практика. Зб. наук. пр. / За ред. С. О. Сисоєвої. – К., 2004. – Вип. 1. – С. 7-17.
- Алексеевич Г.Л. Реформа освіти у Великій Британії // Педагогіка і психологія. – 1994. – № 2. – С. 163–166.
- Алексюк А.М. Педагогіка вищої школи: Курс лекцій: Модульне навчання: Навч. посіб. / Ін-т систем, досліджень освіти. – К., 1998. – 218 с.
- Алферов Ю.С., Курдюмова И.М., Писарева Л.И. Оценка и аттестация кадров образования за рубежом. – М.: Российское педагогическое агентство, 1997. – 145 с.
- Андрущенко В.П. Основні тенденції розвитку вищої освіти України: (спроба прогностичного аналізу) // Вища освіта України. – 2001. – № 1. – С. 11–17.
- Андрющук А.О. Рейтингова технологія оцінки знань в навчально-виховному закладі // Педагогіка і психологія. – 1996. – № 3. – С. 86–93.
- Антоненко Г.Я. Рейтингова система оцінювання навчальної роботи // Нові техн. навч.: Наук.-метод. зб. / МО України. ІСДО. К., 1995. – Вип. 3. – С. 6–14.
- Архангельский С.И. Учебный процесс в высшей школе, его закономерные основы и методы. – М.: Высшая школа, 1980. – 368 с.
- Асянц П.Г., Чекаль Г.С., Сердюков П.І. Основи методики створення і застосування комп'ютерних програм у навчанні іноземних мов. – К.: Вид-во КДПІМ, 1993. – 108 с.
- Байденко В. И. Образовательный стандарт высшей школы: сегодня и завтра / Общ. ред. Селезнева Н.А. – М.: Исслед. центр проблем подготовки специалистов Моск. гос. ин-та стали и сплавов, 2001. – 205 с.
- Байденко В.И. Болонские реформы и некоторые уроки Европы // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 2. – С.14–19.
- Барабарига А.А., Федорова Н.В. Британские университеты. – М.: Высшая школа, 1979. – 129 с.
- Барометр мирового туризма / www.newsru.com/world/07nov2006/tourism.html
- Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения, 1986. – 176 с.
- Библер В. С. На гранях логики и культуры. Книга избранных очерков. – М.: Русское фенологическое общество, 1997. – 440 с.
- Безпалько В. Педагогика и прогрессивные технологии обучения. – М.: Из-во ин-та проф. обр. МО Россия, 1996. – 336 с.
- Бейдик О.О. Перспективи розвитку регіональної рекреації та туризму на період до 2010 року // Зб. наук. пр. туристично-країнознавчих досліджень. – К.: Вид.-во ФПУ, 2004. – Вип. 5. – С.167-178.
- Бейдик О.О. Персонал-технології підготовки фахівців для туристсько-рекреаційної сфери // Вісник КНУК і М: Зб. наук. пр. Вип. 12: частина I – Серія “Педагогіка”. Вид. центр КНУК і М. – 2005. – Вип. 12, ч. 1. – С. 47-50.
- Бейдик О.О. Застосування активних методів при викладанні рекреаційно-туристичних дисциплін в ВНЗ // Зб. наук. стат. туристично-країнознавчих досліджень. – К.: Вид.-во ФПУ, 2007. – Вип.7. – С. 214-227.
- Беляева А.П. Интегративно-модульная педагогическая система профессионального образования. – СПб-Радом: ИПТО РАО, 1997. – 226 с.
- Бех І. Д. Модель професіонала у контексті сучасної соціокультурної ситуації // Теорія і практика управління соціальними системами. – 2001. – № 3. – С. 59-62.
-
- Бордовский Г.А., Извозченков В.А. Новые технологии образования. Вопросы терминологии // Педагогика. – 1993. – № 5. – С. 15–19.
- Буркова Л. Технології в освіті // Рідна школа. – 2001. – Лютий. – С.18-19.
- Вазина К. Саморазвитие человека и модульное обучение. – К.: Укрполиграфиздат, 1991. – 236 с.

- Валицкая А.П. Философские основания современной парадигмы образования // Педагогика. – 1997. – № 3. – С. 15–19.
- Васильева Т.В. Модули самообучения // Вестник высшей школы. – 1988. – № 6. – С. 86–87.
- Василюк А., Пахоцінський Р., Яковець Н. Сучасні освітні системи: Посібник з порівняльної педагогіки. – Ніжин: Ред. видавн. відділ НДПУ, 2002. – 139 с.
- Вища освіта: проблеми та перспективи розвитку: Міжнар. конф. АН вищої освіти: Другі академічні читання. – К.: МО України, 1995. – 202 с.
- Воловик А.Ф. Педагогика досуга: Учебник / Акад. пед. и соц. наук. Московский психолого-социальный институт. – М.: Флинта, 1998. – 232 с.
- Володарская И., Митина А. Проблема целей обучения в современной педагогике: Учебно-метод. пособие. – М.: Издательство МГУ, 1989. – 72 с.
- Володько В.М. Індивідуалізація та диференціація навчання: понятійно- категорійний аналіз // Педагогіка і психологія. – 1997. – № 4. – С.9– 17.
- Володько В.М. Педагогічна система навчання: теорія, перспективи, практика. – К.: Пед. преса, 2000. – 148 с.
- Воскресенская Н.М. Великобритания: стратегические направления развития образования // Педагогика. – 1996. – № 2. – С. 91–98.
- Востриков А.А. Дидактика гуманистического воспитания: Учебное пособие: В 2-х ч. – Одесса: Психодиагностика, 1991. – Ч.1.: Основы теории гумани-стического воспитания. – 208 с.
- Вройнстайн А.И. Оценка качества высшего образования: Рекомендации по внешней оценке качества в вузах. – М.: Изд-во МНЭПУ, 2000. –179 с.
- Всемирный саммит по устойчивому развитию. (Йоханнесбург (Южная Африка), 29 августа 2002 года) / www.world-tourism.org/ruso/pdf/sustainable_tourism_sg.pdf
- Вульфсон Б.Л. Проблемы европейского воспитания // Педагогика. – 2000. – № 2. – С. 71–81.
- Вульфсон Б.Л. Стратегия развития образования на Западе на пороге XXI века. – М.: Изд-во УРАО, 1999. – 208 с.
- Вульфсон Б.Л. Последипломное образование в развитых странах // Педагогика. – 1993. – № 3. –С. 86–92.
- Вульфсон Б.Л., Малькова З.А. Сравнительная педагогика: Учебн. пособие для ун-тов, ин-тов. / Академия мед. и соц. психологии. – М.: Ин-т практ. психологии, 1996. – 256 с.
- Высшее образование в XXI веке: Информация – коммуникация – мультимедия: Материалы 10 юбилейной Междунар. науч.-метод. конф. (17-19 сентября 2003 г.) / Е.В. Пашков и др.; Севастопольский национ. технич. ун-т. – Севастополь, 2003. – 288 с.
- Гаагская декларация (Гаага: 10-14 апреля 1989 г.) http://www.worldtourism.org/ruso/declarations/dec_hague.htm
- Глобальный этический кодекс туризма. – Мадрид: ВТО, 2000 // http://www.world-tourism.org/ruso/global_code_documents/globalcodeethics.htm
- Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997.– 376 с.
- Гуманітарні аспекти реформування і розвитку національної системи освіти: Матеріали Міжнар. наук. практ. конф. (17-21 травня 1993 р.) / Київський держ. пед. ін-т іноз.мов; За ред. М.Б. Євтуха, С.Т. Резніченка. – К., 1994.– 361 с.
- Губенко М.В. Новая парадигма языковой технологии информационного моделирования в лингвистическом пространстве. // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ лінгвіст. уні-ту (Лінвапакс-УІІІ).–К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 642– 647.
- Гуменюк О.Є. Модульно-розвивальне навчання: соціально-психологічний аспект / За ред. А.В. Фурмана. – К.: Школяр, 1998 – 112 с.
- Державна національна програма "Освіта" / Фонд інтелектуал. співпраці "Україна XXI століття". – К.: Райдуга, 1994. – 29 с.
- Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Культурно-историческая обусловленность кризиса европейского экологического сознания // Психологический журнал. – 1994. – № 2. – С. 15–19.
- Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Экологическая педагогика и психология: Учебн. пособ. для студ. вузов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 480 с.
- Джуринский А.Н. История зарубежной педагогики. – М.: Форум-Инфра, 1998. – 244 с.

- Джуринский А.П. Сравнительная педагогика: Учебное пособие для студентов средних и высших пед. учебных заведений. – М.: Издательство Центр «Академия», 1998. – 176 с.
- Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент в системе образования: Учеб. пособ. – К.: МАУП, 1999. – 176 с.
- Добрынин М.Л., Сухой С.А. Дистанционное обучение во Франции // Педагогика. – 2001. – № 8. – С. 81-86.
- Доклад о положении дел в области образования в мире за 1993 год // Материалы ЮНЕСКО. – Париж, 1993. – С. 86–87.
- Дубов И.Г. Феномен менталитета: Психологический анализ // Вопросы философии. – 1983. – № 5. – С.81–86.
- Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – М.: НПЖ “Финансы, учет и аудит”, 1997. – 464 с.
- Євтух М.Б. Освіта у ХХІ столітті: розвиток і реформування // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгвіст. уні-ту. – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 720–732.
- Елманова В.К. Высшее образование за рубежом (США, Великобритания, ФРГ, Франция, Япония, КНР): – учеб. пособ. – ленинград: лгу, 1989. – 49 с.
- Еляков А.Д. Информатизация общества (философско-экономический анализ внедрения информационных технологий). – Самара: Издательство Самарской государственной академии, 1999. – 191 с.
- Журавський В.С., Згуровський М.З. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти. – К.: ІВЦ Видавництво “Політехніка”, 2003. – 200 с.
- Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. – К.: Видавництво Ленвіт, 2003. – 261 с.
- Закон України “Про освіту” // Освіта України. Нормативні правові документи. До II-ого з’їзду працівників освіти. – К.: Міленіум, 2001. – С. 7–38.
- Закон України “Про вищу освіту” / Верховна Рада України. Ін-т законодавства. – К., 2002. – 95 с.
- Закон України “Про ратифікацію Конвенції про визнання кваліфікаційних змін освіти в європейському регіоні ” // Законодавчі акти України з питань освіти. За станом на 1 квітня 2004 року / Верховна Рада України. Комітет з питань науки і освіти. – К.: Парламентське вид-во, 2004. – С. 387–403.
- Закон України “Про туризм” // <http://ubc.ua/links/tur2004.htm>
- Заключительный акт Сопещения по безопасности и сотрудничеству в Европе // www.hro.org/docs/ilex/intconf/hels75.php
- Засекіна Л.В. Мова у світлі концепції когнітивного розвитку особистості // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгвіст. уні-ту. – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С.767–770.
- Злобіна О.Г., Тихонович О.В. Особистість сьогодні: адаптація до суспільної нестабільності. – К.: Інститут соціології НАНУ, 1996. – 100 с.
- Зязюн І.А. Філософія туризмології // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (19-20 жовт. 1999 р.). – К.: КІТЕП, 1999.– С.19–22.
- Зязюн І.А. Гуманістична парадигма в освіті // Вища освіта в Україні: реалії, тенденції, перспективи розвитку: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 жовт. 1996 р.) Ч.1: Нова парадигма вищої освіти. – К., 1996. – С. 8 – 12.
- Ильина Т.А. Структурно-системный подход к организации обучения. – М.: Знание, 1972. – 88 с.
- Информация Генерального Секретаря ВТО. Генеральная Ассамблея: документ № А / 15 / 17. – Мадрид: ВТО, 2003 // <http://zakon.i.com/data/base/a03/1.htm>
- Качеровська Т.В. Психолого-педагогічні аспекти вивчення іноземної мови у вищій школі // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгвіст. уні-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 806–808.
- Квартальный В.А. Становление системы образования для целей туризма. – М.: РМАТ, 1997. – 96 с.
- Квартальный В.А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5 т. – М.: Финансы и статистика, 1998. – Т.1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – 192 с.
- Квартальный В.А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5 т. – М.: Финансы и статистика, 1998. – Т.3: Новые цели и функции туризма: экономика и управление. – 384 с.
- Квартальный В.А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5 т. – М.: Финансы и статистика, 1998. – Т.4: Иностраный туризм. – 312 с.
- Квебекская декларация по экологическому туризму. Квебек (Канада), 19-22 мая 2002 г.

http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_quebec.htm

Киселев Н.И. Мировоззрение и экология. – К.: Наукова думка, 1990. – 216 с.

Клинберг Л. Проблемы теории обучения. – М.: Педагогика, 1984. – 256 с.

Кнодель Л.В. Сучасна освітня система у Великій Британії // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. Сер.: Педагогіка. – 2004. – Вип. 5. – С.200–205.

Кнодель Л.В. Нові підходи у сфері професійної освіти в Німеччині // Наукові записки Ніжин. держ. ун-ту. Сер.: Психолого-педагогічні науки. – Ніжин, 2004. – Вип. № 4. – С. 180-182.

Кнодель Л.В. Становлення і розвиток професійної компетенції спеціалістів сфери туризму // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. Сер.: Педагогіка. – 2006. – Вип. 4. – С. 38-45.

Кнодель Л.В. Сучасна концепція системи туристської освіти // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: Зб. наук. пр. – К.; Запоріжжя, 2004. – Вип. 33. – С. 338-341.

Кнодель Л.В. Діяльність Всесвітньої туристської організації у сфері туристської освіти // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: Зб. наук. пр. – К.; Запоріжжя, 2004. – Вип. 33. – С. 380-384.

Кнодель Л.В. Система вищої туристської освіти у Франції. // Імідж сучасного педагога. – 2005. – Вип. 1-2. – С. 69-72.

Кнодель Л.В. Новые направления педагогических исследований // Вестник Тульского гос. ун-та: Научное издание. – 2004. – Вып.6. – С. 30-41.

Кнодель Л.В. Історія виникнення та розвитку системи підготовки спеціалістів у сфері туризму Франції // Імідж сучасного педагога. – 2005. – Вип. 3-4. – С. 69-72.

Кнодель Л.В. Концепція сучасної моделі спеціаліста нової генерації // Наук. записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. Сер.: Педагогіка. – 2005. – Вип. 2. – С.42-49.

Конституція України. – К.: Українська правнича фундація, 1996. – 56 с.

Конвенция о признании квалификаций, относящихся к высшему образованию в европейском регионе (Лиссабон, 11 апреля 1997 года). – <http://www.courier.com.ru/bib/lissabon.htm>

Концепція професійної школи України / Управління народної освіти Львівського облвиконкома. – К., 1991. – 11 с.

Концепція розвитку професійно-технічної (професійної освіти) в Україні. Затверджена МОН України 3 липня 2004 р. // Професійно-технічна освіта. – 2004. – № 3. – С. 2–5.

Корсак В. Велика Британія: система освіти й підготовки наукових кадрів // Науковий світ. – 1999. – № 4. – с. 8-11.

Котлер Ф, Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. и под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.

Кредитно-модульна система підготовки фахівців у контексті Болонської декларації / Матеріали наук-практ. семінару (21–23 листопада 2003 р.). – Львів: Видавництво “Львівська політехніка”, 2003. – 111с.

Крупко А.Г. Організація обучения иностранным языкам в Университете Франции // Ин. яз. в школе. – 1998. – № 1. – С.95-96.

Леднев В. С. Содержание образования: сущность, структура, перспективы. – М.: Высшая школа, 1991. – 224 с.

Левченко Т.І. Психолінгвістичні умови оволодіння іноземними мовами // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгвіст. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Вид. центр КДПУ, 2000. – Вип.3В. – 796–801.

Лиферов А.П. Интеграция мирового образования – реальность третьего тысячелетия: Монография. – М.: Славян. Шк., 1997. – 225 с.

Лігоцький А.О. Концептуальні підходи до формування новітніх освітніх систем // Педагогіка і психологія. – 1997. – № 3. – С. 115–121.

Лукичев Г.А. Интеграция и эффективность – цели реформ в высшем образовании стран Европы // Научный вестник Моск. государ. техн. ун-та гражд. авиации. – 2000. – № 26. – С. 13–18.

Лурия А.Р. Язык и сознание. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1979. – 320с.

Лутай В.С. Філософія сучасної освіти: Навч. посіб. – К.: Центр «Магістр –S» Творчої спілки вчителів України, 1996. – 256 с.

Мазий Л.Ф. Умовия формирования иноязычной профессиональной компетентности // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Вид. центр КДПУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 592–596.

Манильская декларация по мировому туризму // Материалы Всемирной конференции по туризму. – ВТО, Мадрид, 1981 // http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_manila.htm

Материалы Всемирного совещания по туризму ВТО (Документ «Акапулько», 24-29 августа 1982, Акапулько, Мексика) // http://www.world-tourism.org/ruso/statutory_documents/wto_acapulco.htm

Материалы II сессии Генеральной Ассамблеи ВТО (октябрь 1995, Каир, Египет) // <http://www.world-tourism.org/ruso/declaration/cairo.htm>

Мерло – Понті М. Феноменологія сприйняття / Пер. з фр., післям. та приміт. О. Йосипенко, С. Йосипенко; Наук. ред. В. Лях. – К.: Укр. центр духов. культури, 2001. – 551 с.

Моделирование деятельности специалиста на основе комплексного исследования / Е. Э. Смирнова, О.К. Крокинская; Под ред. Е. Э. Смирновой. – Л.: Из-во Ленингр. ун-та, 1984. – 176 с.

Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах / М.Б. Бергельсон, О. Ю. Богуславская, Р. И. Гафт – М.: Наука, 1987. – 280 с.

Модульный подход к техническому и профессиональному образованию // Содержание, формы и методы обучения в высшей и средней специальной школе: Научн. реф. сб. / НИИВИ – М.: НИИВИ, 1985. – Вып. 2. – С. 14–18.

Монреальская декларация: К гуманизму и социальному видению туризма // <http://www.world-tourism.org/ruso/declaration/monreal.htm>

Національна доктрина розвитку освіти. Затверж. Указом Президента України від 17.04. 2002. №347 // Офіц. вісник України. – 2002. – №16. – С. 3–14.

Неперервна професійна освіта: теорія і практика: Зб. наук. пр.: У 2ч. / За ред. І.А.Зязюна та Н.Г.Ничкало. – К., 2001. – Ч.1. – 392 с.

Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.А. Зязюна. – К.: ВІПОЛ, 2000. – 630 с. – Бібліогр. в кінці кожної ст.

Неперервна професійна освіта: філософія, педагогічні парадигми, прогноз: Монографія / За ред. В.Г. Кременя. – К.: Наукова думка, 2003. – 853 с. – Бібліогр. в кінці кожного розділу.

Образовательные программы ЮНЕСКО в области спорта, культуры и туризма // Материалы Междунар. науч. конф. (Красноярск, Россия, 17–18 июля 2001 года) // http://www.lare.Ru/news/pages0701/20_07_01.htm.

Образование в XXI веке: подходы и практические меры (Париж, 5-9 окт. 1998 г.). Образование для всех: выполнение наших общих обязательств (Дакар (Сенегал) 26–28 апр. 2000 г.). – К.: МАУП, 2001. – 89 с.

Одерій Л.П. Менеджмент якості вищої освіти: методи і механізми: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Київ держ. екон. ун-т. – К., 1995. – 100 с.

Оконь В. Введение в общую дидактику. – М.: Высшая школа, 1990. – 382 с.

О методологических и методических принципах построения модели специалиста высшей квалификации: Сб. статей / Редкол. А.К. Сухотин (отв. ред.) и др. – Томск: Изд.-во Томск. ун-та, 1979. – 218 с.

Осакская декларация тысячелетия (1 октября 2001 г., Осака, Япония) // http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_osaka.htm

Основні засади розвитку вищої освіти України в контексті Болонського процесу (документи і матеріали 2003–2004 рр. / За ред. В.Г. Кременя. – Тернопіль: Вид-во ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2004 р. – 147 с.

Павличенко О. Рада Європи і питання освіти // Шлях освіти. – 1997. – № 1. – С. 33-35.

Педагогічні технології у неперервній професійній освіті: Монографія / (С.О. Сисоєва, М.А. Алексюк, П.М. Воловик, О.І. Кульчицька та ін.); / За ред. С.О. Сисоєвої. – К.: ВІПОЛ, 2001. – 502 с.

Перро С., Оернер Ж.М. Необхідність “туризмології” // Наукові записки КІТЕП. – К., 2001. – Т.1. – С.73–78.

Печчеи А. Человеческие качества / Пер. с англ. О.В. Захарова; Общ. ред. А.М. Грушиани. – М.: Прогресс, 1985. – 312 с.

Положення про модульно-рейтинговий принцип навчання студентів та контролю їх знань. – К.: НАУ, 1997. – 11с.

Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах: Наказ Міністерства освіти України від 2 червня 1993 р., № 161 // Зб. законодавчих та нормативних актів про освіту. – К.: ВІПОЛ, 1994. – Вип.1. – С. 111–132.

Положення про ступеневу систему освіти в Україні / М-во освіти України. Управління змісту фахової освіти. – К., 1993. – 14 с.

Положення про державний вищий навчальний заклад. Постанова КМ України від 5.09.1996 р. № 1074. // Зб. законодавчих та нормативних актів про освіту. – К.: ВІПОЛ, 1994. – Вип. 1. – С. 133–136.

Про додаткові заходи щодо забезпечення розвитку освіти в Україні. Указ Президента України від 25.05.2001. № 319 // Офіц. вісник України. – 2001. – № 41. – С. 18–45.

Про основні напрями реформування професійно-технічної освіти в Україні. Указ Президента України від 8 травня 1996 р. № 332/96 (6 травня № 86/87) // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 86/87. – С. 9.

Про затвердження Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту): Постанова КМ України від 20 січня 1998 р., № 65 // Інформ. зб. М-ва освіти України. – 1998. – № 10. – С. 3–14.

Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки: Постанова Кабінету міністрів від 29 квітня 2002 р. № 583 // Офіц. вісник України. – 2002. – № 18. – С. 143–145.

Про розроблення державних стандартів вищої освіти. Постанова Кабінету Міністрів України від 7 серпня 1008 р. № 1247. Вимоги до державних стандартів вищої освіти: Додаток до постанови Кабінету Міністрів № 1247 // Офіційний вісник України. – 1998. – № 32. – С. 30–35.

Про основні напрями реформування вищої освіти в Україні. Указ Президента України від 12.09.1995 р. № 832/95. // Освіта України. Нормативно-правові документи. До II Всеукраїнського з'їзду працівників освіти. – К.: Міленіум, 2001. – С. 365–371.

Про затвердження Програми дій щодо реалізації положень Болонської декларації в системі вищої освіти і науки України на 2004–2005 рр.: Наказ МОН України від 23.01.2004 р., № 49 // Освіта. – 2004. – 11–18 лют. (№ 8). – С. 6–7.

Проблеми екології та екологічної освіти: Матеріали I Міжнар. наук. конф. / Редкол.: А.П. Травлєєв, Н.М. Цветкова. – Кривий Ріг: Вид-во "І.В.І.", 2002. – 199 с.

Професійна освіта: Словник / За ред. дійсного члена АПН України Н.Г.Ничкало. – К.: Вища школа, 2000. – 380 с.

Професійна освіта в зарубіжних країнах: порівняльний аналіз. Монографія / За ред. Н.Г. Ничкало та В. О. Кудіна; АПН України. Ін-т педагогіки і психології проф. освіти. – 2-е вид. – Черкаси: Вибір, 2002. – 389 с.

Професиональная педагогика: Учебник для студентов / Под ред. С.Я.Батышева. – М.: Ассоциация «Профессиональное образование», 1999. – 904 с.

Профессионально-квалификационная структура и образовательные стандарты в сфере рекреации и туризма: Сб. докл. и тезисов 1-ой Всеросс. научно-практ. конф. – М.: РМАТ, 1997. – 152 с.

Профессиональный стандарт для туризма // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2000. – № 1. – С. 41–42.

Психологія праці та професійної підготовки особистості: Навч. посіб. / За ред. П.С. Перепелиці і В. В. Рибалки. – Хмельницький: ТУП, 2001. – 330 с.

Рікер Поль. Історія та істина / Пер. с франц. О. Сирцова – К.: КМ Academia 2001. – 292 с.

Русакова Л.Н. Пути повышения эффективности контроля познавательной деятельности студентов: Автореф. дис. ... канд. пед. наук.: 13.00.01 / КТУ ім. Т.Г.Шевченко – К., 1989. – 16 с.

Руснак І. С., Романюк С.З. Українське шкільництво в Канаді: Навч. посіб. – Снятин: Прут-Принт, 2002. – 352 с.

Сакун Л. В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира: Монография. – К.: МАУП, 2004. – 399 с. – Бібліогр.: С. 374–396.

Сакун Л.В. Туризм як нове явище у сфері підготовки фахівців туристської сфери // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: Зб. наук. пр. – К: КНЛУ, 2002. – Вип. 22. – С. 64–67.

Сакун Л.В. Різні очікування при створенні освітніх систем в туризмі // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: зб. наук. праць. – К: КНЛУ, 2003. – вип. 24. – С. 132–135.

Сакун Л.В. Виявлення конкретних кінцевих цілей в системі підготовки спеціалістів сфери туризму // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: зб. наук. пр. – К: КНЛУ, 2002. – вип. 23. – С. 72–75.

Сакун Л.В. Найважливіші аспекти підготовки фахівців туристської сфери // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: зб. наук. пр. – К.: КНЛУ, 2003. – вип. 24. – (ч. 2-а). – С. 65–67.

Сакун Л.В. Проблеми стандартизації професійної підготовки спеціалістів в галузі туризму // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2002. – вип. II. – С. 136–143.

Сакун Л.В. Європейська і міжнародна кооперація освіти // Наук. записки Терноп. держ. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. - Сер.: педагогіка. – 2002. – вип. 8. – С. 111–113.

Сакун Л.В. Деякі аспекти діяльності Європейської Ради в сфері професійної освіти // Наук. записки Терноп. держ. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. - Сер.: педагогіка. – 2002. – вип. 9. – С. 129–132.

- Сакун Л.В. Освітня реформа в Польщі. Традиції та сучасність // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2002. – вип. № 6. – С. 410-417.
- Сакун Л.В. Загальні закономірності підготовки спеціалістів у сфері туризму // Рідна школа. – 2004. – № 1. – С.29-31.
- Сакун Л.В. "Біла книга" – стратегічний документ для розвитку освіти в Чеській республіці // Наук. записки Терноп. держ. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. – Сер.: педагогіка. – 2003. – вип.10. – с.105-110.
- Сакун Л.В. головні особливості освітньої реформи в словенії // педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: зб. наук. пр. к.; запоріжжя, 2003. – вип. 28. – с.312-317.
- Сакун Л.В. Реформа освіти в Словенії // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: зб. наук. пр. – К.: Запоріжжя, 2003. – вип. 29. – с.236-241.
- Сакун Л.В. Загальна характеристика кваліфікаційних вимог. Огляд світової системи // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. пр. / Вінницький держ. пед. уні-тет імені Михайла Коцюбинського. – К.: -Вінниця, 2003. – вип. №3. – с.35-39.
- Самаркандская декларация по туризму по шелковому пути. (5 октября 1994 года в Самарканде (Узбекистан) // http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_samarkand.htm
- Сафонова в.в. Принципы современного культурологического образования средствами иностранного языка // наук. Вісник кафедри ЮНЕСКО київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-уііі). – К.: видав. центр КДЛУ, 2000. – вип. 3в. – с. 819-822.
- Селіверстов С.І. Антропоцентризм загальної теорії освіти і соціально-педагогічні аспекти проблем адаптації студентів до навчання у вищих навчальних закладах // Наук. вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 744-746.
- Семиченко В.А. Пріоритети професійної підготовки: діяльнісний чи особистісний підхід? // Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.А. Зязюна. – К.: ВІПОЛ, 2000. – С. 176-203.
- Сеульская декларация "Мир и туризм" (XIV Ген. Ассам. ВТО – 27.09. 01 г. в Сеуле (Корея)) // http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_seoul.htm
- Симухин Г. Стандартизация профессионального образования: история, опыт, проблемы // Высшее образование в России. – 2001. – № 4. – С. 13-28.
- Скотт П. Реформы высшего образования в странах Центральной и Восточной Европы: попытка анализа (начало) // Alma mater. – 2001. – № 9. – С. 48-52.
- Скотт П. Реформы высшего образования в странах Центральной и Восточной Европы: попытка анализа (окончание) // Alma mater. – 2001. – № 10. – С. 44-52.
- Смирнов С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности. – М.: Аспект Пресс, 1995.– 270, [1] с.
- Смирнова Е.Э. Пути формирования модели специалиста с высшим образованием. – Л.: Изд-во Ленингр. Ун-та, 1977. – 136 с.
- Соколов В. М. Стандарты в управлении качеством образования. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского ун-та, 1993. – 95 с.
- Спіцин Є.С. Освітня політика Ради Європи у галузі іноземних мов // Наук. вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 772-778.
- Стаднік Н.В. Вплив соціально-педагогічних умов навчання на підвищення якості освіти та виховання // Наук. вісн. каф. ЮНЕСКО Київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3В. – С. 747-750.
- Сучасна вища школа: психолого-педагогічний аспект: Монографія / За ред. Н.Г. Ничкало. – К.: ВІПОЛ, 1999. – 450 с. – Бібліогр. В кінці кожного розділу.
- Талызина Н.Ф. Деятельный подход к построению модели специалиста // Вест. высш. шк. – 1986. – № 3. – С. 10-14.
- Тараненко І. Г. Соціокультурні та політико-економічні передумови визначення мови міжнародного спілкування // Наук. вісник кафедри ЮНЕСКО Київського держ. лінгв. ун-ту (Лінвапакс-УІІІ). – К.: Видав. центр КДЛУ, 2000. – Вип. 3 В. – С. 831-834.
- Теккели Х., Таркан Е. Глобальные тенденции, их влияние на развитие менеджмента и маркетинга в туризме // Материалы 1-й Генеральной Ассамблеи ВЕСТЕН и междунар. науч.-практ. конф. «Туризм на пороге III тысячелетия» (Сочи – Ялта, 1999 – 2000 гг.). – С. 4-5.

- Терехов П. Формирование педагогической компетентности специалиста в системе непрерывного социокультурного образования // *Alma mater*. – 2003. – № 2. – С. 7-12.
- Тярр де Шарден. Феномен человека. – М.: Наука, 1987. – 239 с.
- Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Всерос. научн.-практ. конф. (26-27 марта 2001 г.) / УМО по сервису Московского гос. ун-та сервиса. Инт. туризма и гостеприимства. – М., 2001. – 176 с.
- Туризм на порозі XXI століття: Освіта, культура, екологія: Матеріали міжнар. наук-практ. конф. (19-20 жовтня 1999 р.) / В.І Цибух (ред.) та ін. – К: Вид.-во КІТЕП, 1999. – 245 с.
- Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали міжнар. наук.-практ. Конф. (10-11 жовтня 2001 р.). – К.: Вид-во КУТЕП, 2002. – 235 с.
- Ушинський К.Д. Вибрані педагогічні твори: У 2 т. / Редкол.: В.М. Столетов. – К.: Рад. шк., 1983. – Т.І.: Теоретичні проблеми педагогіки. – 487 с.
- Федорченко В.К. Підготовка фахівців для сфери туризму: теорія і практика: Монографія. – К.: Вища школа, 2003. – 450 с. – Бібліогр. с. 374-429.
- Філіпчук Г.Г. Екологічна політика: національні та глобальні реалії. У 4 т. – Т.1 / За ред. І.Ф. Кураса. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 480 с. Бібліогр. С. 470-478.
- Філіпчук Г.Г. Еко-етична парадигма в освіті дорослих // Педагогічний процес: теорія і практика. Зб. наук. пр. / За ред. С.О. Сисоєвої. – К.: П/П “ЕКМО”, 2005. – Вип. 2. – С. 281-286.
- Філософія і культурологія туризму: Зб. наук. пр. / За ред. В.С. Пазенка. – К.: Вид.-во КІТЕП, 2001. – 138 с.
- Фукуяма Фр. Глобалізація безконечна // Ї: Незалежний культурологічний часопис. – Львів, 2000. – № 19. – С.36.
- Хартия туризма и Кодекс туриста. Документ ВТО 3А 16 / RES Rev. 23 января 1986 г., София, Болгария // <http://www.kazsport.kz/tourism/kodeks.html>
- Хивинская декларация: туризм и сохранение культурного наследия (21 апреля 1999 г. Хива, узбекистан) // http://www.world-tourism.org/ruso/declarations/dec_khiva.htm
- Чарнецкі К. Теоретико-методологічні основи професійного розвитку людини // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2001. – № 1. – С. 141–157.
- Чернилевский Д.В. Дидактические технологии в высшей школе. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 436 с.
- Чошанов М. А. Гибкая технология проблемно-модульного обучения: Метод. пособ. – М.: Нар. образование, 1996. – 157 с.
- Швейцер А. Благоговение перед жизнью: Пер. с нем. / Сост. и послесл. А.А. Гусейнова; Общ. ред. А.А. Гусейнова, М.Г. Селезнева. – М.: Прогресс, 1992. – 572, [1] с.
- Юцявичене П.А. Основы модульного обучения. Теоретические разработки. – Вильнюс: Даугва, 1996.– 96 с.
- Явоненко О.О. Екологізація культурної свідомості як комунікативна проблема // Мультимедіум. Філософський альманах. – К., 2000. – Вип. 15. – С. 220-228.
- Abouville A., Bernier M.-M., Carpentier P.-A. Entreprendre un bilan de compétences et réussir son projet professionnel. – Dunod, 2000. – 203 p.
- Accreditation Standards for University and College Counselling Centres // *Journal of Counselling and Development*. – 1994. – Vol. 73. – n. 1. – P. 38–43.
- Allen D.K., Wilson T.D. Information Strategies in UK Higher Education Institutions // *Intern. Journal of Inform. Management*. – Guilford, – Vol. 18. – n. 4. – 1996. – P. 239–251.
- Allwright R. Individualisation and autonomy in wholeclass instruction / *ELT Documents*. London: Academic Press, 1988. – P. 35–44.
- Almananza B. A. Use of the Service Attribute Matrix to Measure Consumer Satisfaction // *Hospitality Research Journal*. – 1994. – Vol. 7 (2). – P. 63–75.
- Ames C., Ames R. Research on Motivation in Education. Goals and Cognitions. London: Academic Press, 1989. – Vol. 3. – P. 45–46.
- Ames C. Competitive, cooperative and individualistic goal structures: a motivational analysis. In R. Ames, Ames C. Research on Motivation in Education. Vol. 1. – New York: Academic Press, 1984. – P. 177–207.
- Ames C. Classrooms: goals, structures and student motivation // *Journal of Educational Psychology*. – 1992. – 84 (3). – P. 261–271.
- Analyse de pratiques professionnelles et entrée dans le métier actes du séminaire organisé par la DESCO

les 23-24 janvier 2002 à Paris Buc: CRDP de l'académie de Versailles, 2002. – 117 p.

Ancel F. Le succès croissant de la validation des acquis professionnels dans l'enseignement professionnel s'est confirmé en 2001 Note d'information : jan. 2003. – N°03-04. – P. 1-4.

An Introduction to TEDQUAL / a Methodology for quality in Tourism Education and Training. WTO: Madrid, 1997. – 137 p.

Anweiler O. Bildungssysteme in Europa. Entwicklung und Struktur des Bildungs-wesen in zehn Landern: Deutschland, England, Frankreich, Italien, Niederlande, Polen, Russland, Schweden, Türkei. Beltz Verlag. Weinheim und Basel (4. Vollig uberarbeitete und erweiterte Auflage), 1996. – 345 s.

Argyris C., Schon D. Theory in Practice. S. Francisco: Jossey-Bass, 1974. – 456 s.

Arrey D., Frontisis A. Attitudes to Careers in Tourism: an Anglo-Greek Comparison // Tourism Management. – 1997. – Vol. 18. – pp. 130–138.

Ashman A., Conway R. Cognitive Strategies for Special Education: process-based instruction. London: Routledge, 1989. – 209 p.

Assemblée nationale, L'enjeu touristique, débat sous la présidence de M. Jacques Dominati, 1987. – P. 56–57.

Aspects of Britain. Education After 16. London: HMSO, 1996. – 66 p.

Assemblée Nationale et Sénat, Avis et Rapports sur les projets de lois de finances en matière de tourisme / Documents parlementaires, Journaux Officiels. Paris, 1998. – P. 45–48.

Atkinson R., Shiffrin R. Human memory: a proposed system and its control processes. In W. K. Spence and J. T. Spence (Eds.) The Psychology of Learning and Motivation: advances in research and theory. N. Y.: Academic Press, 1968. – 456 p.

Auduc J.-L., Bayard-Pierot J. Le système éducatif français. – CDRP, Académie de Creteil, 2000. – 192 p.

Baccalaureate and Higher Degree Program's Accreditation Committee Report on evaluation data // Nursing and Health Care: Perspectives on Community. London: The Academic Press. – Mar. – Apr. – 1995. – Vol. 16. – n. 2. – P. 89– 94.

Ball C. Career Counseling in Practice. England: Flamer Press, 1984. – P. 56–58.

Bank J. The Essence of Total Quality Management. – London: Prentice Hall, 1992. – 478 p.

Bannister D., Fransella F. Inquiring Man: the psychology of personal constructs. – 3rd edn. – London: Routledge, 1986. – P. 56–78.

Baum T. Managing Human Resources in the European Tourism and Hospitality Industry: A Strategic Approach. – UK: International Thomson Business Press, 1996. – 281 p.

Baum T. Introducing a Paradigm for Sustainable Human Development for the Hospitality and tourism history // Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education Conference (CHRIE), 1998. – P. 123–167.

Bautier E., Matonog M. Exclusions et éducations (2) Educations – Revue de Diffusion des savoirs en éducation : jul-sept 1995. – N°4. – P. 14-57.

Beitrag der kaufmännischen Berufsbildung zur unternehmerischen Selbstständigkeit, Laufzeit: II/99 bis I/02, vgl. Arbeitsprogramm 2000 des Bundesinstituts für Berufsbildung. – Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000. – 245 s.

Berdahl R. Academic Freedom, Autonomy and Accountability in British Universities // Studies in Higher Education. – 1990. – Vol. 15. – n. 2. – P. 176–178.

Berger F. Human Resources Management in 21st Century: Predicting Partnerships for Profit // Hospitality Research Journal. – 1993. – Vol. 17 (1). – P. 87–102.

Berger K. Zusatzqualifikationen in der Berufsausbildungspraxis – aktuelle Ergebnisse aus empirischen Untersuchungen und Fordervorhaben // Berichte zur beruflichen Bildung. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung. – Heft 241. – 2000. – S. 223-240.

Berger K. Chancen der dualen Berufsausbildung – Berufliche Entwicklungsperspektiven aus betrieblicher Sicht und Berufserwartungen von Jugendlichen // Berichte zur beruflichen Bildung. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000 – Heft 239. – S. 125–156.

Berthoud A.-C. Acquisition des compétences discursives dans un contexte plurilingue. Bulletin Suisse de linguistique appliquée. VALS/ASLA. – 1996. – 64 p.

Berufsausbildung sichtbar gemacht. Foliensammlung. – Köln: Carl Duisberg Gesellschaft, 1993. – S. 32– 33.

Berufsbildungsbericht. – Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2001. – 267 s.

Berufsbildungsgesetz (BBiG) vom August 1969, zu letzt geändert durch den Einigungsvertrag vom 31 August

- 1990 in Verbindung mit dem Einigungsvertrags-gesetz vom 23. September 1990 // Ausbildung und Beruf, Rechte und Pflichten während der Berufsausbildung. – Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 1990. – 342 s.
- Beverwijk J. Introducing the Undergraduate-Graduate Structure: Reforming, Adding and Renaming: paper presented at the 21st EAIR Conference. – Lund, August 1999. – 340 s.
- Blötz U. Planspiele in der beruflichen Bildung. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000. – 342 p.
- Bott P., Hall A., Schade A. Qualifikationsanforderungen im IT-Bereich: Wunsch und Wirklichkeit. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung. – 2000. – Heft 242. – 234 s.
- Breiter D. Hospitality Management Curricula for the 21st Century / Council of Hotel, Restaurant and Institutional Education. Conference (CHRIE), 1995. – 45 p.
- British Qualifications. 29th Edition. London: Kogan Page, 2000. – 1057 p.
- Bruner J. The Process of Education. N.Y.: Cambridge, Mass.; Harvard University Press, 1960. – 346 p.
- Breuer K. Umsetzungshilfen für die neue Prüfungsstruktur der IT-Berufe. – Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2001. – 278 s.
- Brophy J., Good T. Teacher behavior and student achievement. In M. C. Wittrock (Ed.) / Handbook of Research on Teaching, 3rd edn. – N. Y.: Cambridge, Mass.; Harvard University Press; Macmillan, 1986. – P. 328–375.
- Bull A. The economies of travel and tourism. – Great Britain: Pitman, 1991. – P. 78–89.
- Burbridge D. Hotel in a Briefcase: a Simulation Model // Hospitality and Tourism Educator. – 1994. – Vol. 2. – P. 53–57.
- Burkart A., Medlek S. Tourism: past, present and future. – London: Butlerworth-Heinemann, 1989. – P. 456–489.
- Burns R. B. Self-concept Development and Education. – 211 References. – London: Holt, Rinehart and Winston, 1982. – P. 34–36.
- Busch A., Ziebell L., Plöger A. Weiblich, gebildet, selbstständig – Existenz-gründung: eine Option für Hochschulabsolventinnen. Projektleitung: Prof. Dr. Ursula Müller. Interdisziplinäres Frauenforschungszentrum. Universität Bielefeld. Unveröffentlichter Projektbericht für das Bundesministerium für Bildung und Forschung. – Bielefeld, 2000. – 321 s.
- Byram M., Zarate G. Definitions, objectives and assessment of socio-cultural competence. – Strasbourg: Council of Europe, 1994. – P. 32–33.
- Caboche A. Aperçu du système éducatif français. – Paris : Ciep, 1992. – 161 p.
- Cargill C. The Master's Degree: Perceptions of Corporate Professionals from Three Segments of the Hospitality Industry // Hospitality and Tourism Educator. – 1995. – Vol. 7 (4). – P. 51–54.
- Carneiro R. Higher education and European integration. The European challenge // Higher Educational Policy. – Vol. 7. – n. 3. – Sep. 94. – P. 13–16.
- Casado M. Corporate Recruiters and Alumni: Perceptions of Professional Courses // FYU Hospitality Review. – 1993. – Vol. 11 (1). – P. 79–86.
- Centre d'étude de la commercialisation et de la distribution (CECOD) ouvrir un restaurant theuman // Tourisme. Restaurant. Restauration. – Paris: CECOD, 1993. – 268 p.
- Chanevas S. Guide des écoles pas comme les autres T2. Les formations profession-nelles Paris: Horay, 2003. – 6e éd. – 215 p.
- Choy D. The Quality of Tourism Employment // Tourism Management. – London, 1995. – P. 129-137.
- Chreptyk D. Labor Crisis? What Labor Crisis? // Canadian Access Hotel Restaurant Journal. – 1990. – Vol. 69 (2). – 72 p.
- Christensen J. The Diversity Dynamic: Implications for Organizations in 2005 // Hospitality Research Journal. – 1993. – Vol. 17 (1). – P. 69-86.
- Clark L. A Strategic Perspective on Employment, Education and Training // Issues in the 1990's. World Travel and Tourism Review. – 1992. – Vol. 2. – 219 p.
- Cohen-Scali V. Alternance et identité professionnelle. Formation permanente, éduca- tion des adultes. – Paris: PUF, 2000. – 219 p.
- Colombel D. L' apprentissage du français : actes du Colloque de Rouen les 23-24 octobre 1997. – Rouen : MADLI, 1998. – 96 p.
- Comparative Education: Contemporary Issues and Trends / Ed. by. W.D. Halls. – London: Kingsley. – Paris: UNESCO, 1990. – 352 p.

- Comprendre le cerveau: vers une nouvelle science de l'apprentissage Auteurs: Centre pour la Recherche et l'Innovation dans l'Enseignement Paris: OCDE, 2002. – 133 p.
- Conseil Economique et Social, Avis et rapports, Journaux Officiels, Paris. «Les conditions d'un nouveau développement de l'hôtellerie». Rapport présenté par J. Salvanes. – 9 et 10 novembre 1987, J.O. du 10 décembre 1997. – P. 8-11.
- Continuing Education and the European Dimension: a survey of British professionals attitudes / John Field // Journal of Future and Higher Ed. – Feb. 1997. – Vol. 21. – n. 1. – P. 19-32.
- Cooley C. H. Human Nature and the Social Order. N.Y.: Charles Scribner's Sons, 1992. – 898 p.
- Cooper C., Westlake J. Tourism teaching into the 1990s // Tourism Management. –1989. – № 10 (1). – P. 69-73.
- Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. –Great Britain: Pitman Publishing, 1993. – P. 124–128.
- Copper C. An Analysis of the Relationship between industry and education in travel and tourism // Teoros International. – 1993. – Vol. 1 (1). – P. 67–69.
- Cooper C., Westlake J., Latham J. A Survey of Tourism Staffing within the European Community. / In the Requirements of Higher Education in Tourism Editions. – 1990. – 879 p.
- Corset M. The Ultimate Constraint: Tourism Labor Force. // Annals of Tourism Research. – Washington D.C.: The George Washington University, 1986. – Vol. 13 (1). – P.118-120.
- Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – Hospitality: a Look to the Future. – Hosteur, 1994. – Vol. 4 (1). – P. 15-20.
- Council for Cultural Co-operation Reforms and Strategies: Structures, Curricula, Assessment and Staff Training // Working document of the Seminar (Bialobrzegi, 12-14 November 1992) DECS/SE/Sec 1993. – Strasbourg: Council of Europe. – 34 p.
- Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – A guide to college programs in Hospitality and tourism. – Washington D.C.: The George Washington University, 1995. – P. 14-15.
- Curriculum Integration: An Expanded View of an Abused Idea // Journal of Curriculum and Supervision. – 1995. – Vol. 10. – n. 3. – P. 227-249.
- Darrero C. The University as an Institution Today. – Oxford: University Press, 1993. – 242 p.
- Delor J. Learning The Treasure Within // Report to UNESCO of the International Commission on Education for the XXI century. – Paris: UNESCO Publishing, 1996. – 320 p.
- Development of Standards in Vocational Education and Training. – EC: European Training Foundation, 1998. – Vol. 1.– P. 78-92.
- Doriath B., Séré A. L'offre de formation de haut niveau rapport. Paris: Ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, 2003. – 36 p.
- Dweck C., Leggett E. A social-cognitive approach to motivation and personality // Psychological Review, 1995. – P. 256-73.
- Ebbinghaus M., Schmidt J. Prüfungsmethoden und Aufgabenarten. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 1999. – S. 34-56.
- Echtner C. M. Tourism Education in Developing Nations: A Three Pronged Approach // Tourism Recreation Research. – 1995. – Vol. 20 (2). – P. 32-41.
- Education and training in Britain // Foreign and Commonwealth office: London, 1996. – 44 p.
- Educational courses in Britain and America. – Paris: UNESCO publishing, 1999. vol. 19. – n. 4. – p. 40-44.
- Educational courses in Britain and America. – Paris: UNESCO publishing, 2000. – vol. 19. – n. 5. – p. 22–24.
- Education of staff for tourism in east european countries / conference bulletin. – Poland: Crakow, 1992. – 59 p.
- Enz C.A. Graduate-Level Education: a Survey of Stakeholders // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 1993. – Vol. 34 (4). – P. 90-95.
- European Center for the Development of Vocational Training (CEDEFOP). – The Structure of Professional Profiles of Tourism in the UK. – Berlin, 1991. – P. 89-90.
- European Glossary on Education. Vol.1. Examinations, Qualification and Titles. – Brussels: EURYDICE, 1999. – 223 p.
- European Institute of Education and Social Policy. Education for Careers in European travel and Tourism // World Travel and Tourism Review. – Oxford: CAB International, 1992. – Vol. 2. – P. 207-224.
- Evans J. The Emerging Role Hospitality and Tourism Research // Hospitality and Tourism Educator. – 1998. – Vol. 4 (4). – P. 57-59.

Evans J. Tourism Graduates: A Case of Over-Production // *Tourism Management*. – August 1993. – P. 243-246.

Faltblatt zur Modellversuchsreihe: Fit im Beruf. Keine Altersfrage! Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000. – 356 s.

Farsad B., Lebruto S. Managing Quality in the Hospitality Industry // *Hospitality and Tourism Educator*. – 1994. – Vol. 6 (2). – P. 49-52.

Faucher J., Lorenzi L. Vacances pour un autre temps, préface de Georges Séguéy. – Paris: Editions sociales, 1982. – 193 p.

Fayos-Sola E., Jafari J. Tourism Human Resources Development // *Annals of Tourism Research*. – 1997. – № 24 (1). – P. 245-278.

Fayos-Sola E. El Turismo como Sector Industrial: la Nueva Política de Competitividad / España: Economía Industrial, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 1993. – P. 123-124.

Fayos-Sola E. Competitividad y Calidad en la Nueva Era del Turismo // *Estudios Turísticos*. – 1994. – № 23. – P. 5-10.

Fayos-Sola E. Tourism Education. Perspectives and Challenges of Employment in the Tourism Industry. – Vienna: OECD, 1996. – P. 45-56.

Faulkner B., Wiler B., Shaw R. Research in the Tourism Curricula: Extra or Essential? / *Tourism Education National Conference Papers*. – University of Canberra, 1990. – P. 151-153.

Feyte G., Grandjean D., Conseil national du tourisme, L'aménagement touristique du territoire et la protection des zones sensibles. – 1991. – P. 22-23.

Foulin J.-M., Mouchon S., Fayol M. Psychologie de l'éducation Paris: Nathan, 1998. – 128 p.

Galton M., Fogelman K., Hargreaves L., Cavendish S. The Rural School Curriculum Enhancement National Evaluation (SCENE) Project Final Report. – London: Department of Education and Science (DES), 1992. – 59 p.

Gamble P. R. The Educational Challenge for Hospitality and Tourism Services // *Tourism Management*. – 1992. – Vol. 13 (1). – P. 6-10.

Gardner R. C., MacIntyre P. D. A student's contributions to second language learning, Part 1: Cognitive Variables. *Language Teaching*. – 1992. – № 25. – P. 211-230.

Gearing up for Growth (II). A Study of Human Resources Issues in Small to Medium Size Enterprise in Asia Pacific Travel and Tourism / Asia Pacific Tourism Association (PATA) and American Express, 1994. – 423 p.

Gee C.Y. Meeting the Supply Challenge. PATA'92 Monograph. Conference Record / Pacific Asia Travel Association, 1992. – P. 113-118.

Go F. A Holistic Approach to Integrating Tourism in the Hotel Management Curriculum / *Proceeding of the Autumn 1989 Symposium of the International Association of Hotel Management Schools*. – Paris, 1989. – P. 156-159.

Göldner R., Ritchie J. *Travel, Tourism and Hospitality Research*. 2nd ed. N.Y.: Wiley, 1994. – P. 79-89.

Goodstein L. *Applied Strategic Planning. The Consultant's Kit*. N.Y.: Pfeiffer and Company, 1996. – P. 25-45.

Goldschmidt B., Goldschmidt M. Modular Instruction in Higher Education / *Higher Education*. – 1992. – № 2. – P. 10-15.

Grandone V. The Nature of the Supply Challenge: Objectives, Means, and Constraints. Monograph, PATA'92 Conference Record / Pacific Asia Travel Association, 1992. – P. 124-130.

Green H., Hunter C., Moore B. Assessing the Environment of Tourism Development: Use of Delphi technique // *Tourism Management*. – June 1990. – P. 111-120.

Greising D. Quality. How to Make It Pay / *Business Week*. – 1994. – P. 36-41.

Grizzie R. Continuing Education: Honing your Management Skills / *ASTA Agency Management*. – 1992. – Vol. 61 (9). – P. 42-46.

Gronroos C. A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*. – 1984. – № 18. – P. 36-44.

Gronroos C. *Service Management and Marketing / The USA*: Lexington Books, 1990. – P. 346-367.

Grubb W., Norton P. *The Roles of Education for Vocational Education and Training*. – London: Academic Press, 1999. – 195 p.

Habermas J. *Knowledge and Human Interests*. 2nd edn. – London: Academic Press, 1972. – 365 p.

Harris C. In the Shadow of Bologna / *EAIE Forum*, 2000. – Special Edition. – P. 22-24.

Hamachek E. Humanistic Psychology: theoretical-philosophical framework and implications for teaching. In D. J. Treffinger. Davis and R. E. Ripple / *Handbook on Teaching Educational Psychology*. – N. Y.: Academic Press, 1977. – P. 56-67.

Hastings N. J. Questions of motivation. *Support for Learning*. – 1992. – №7(3). – P.135-137.

Haug G. Trends and Issues in Learning Structures in Higher Education in Europe: Background paper commissioned by the European Commission DG XXII for the Bologna meeting of 18-19 June 1999. – P. 45-56.

Haug G. The Follow-up Process to the Bologna Declaration: From Bologna to Prague / Reform of Study Programmes and Structures in Germany. – Bonn: HRK, 2000. – P. 47-56.

Hawkins D., Shafer E., Rovelstad J. Summary and Recommendations: International Symposium on Tourism in the Next Decade. – Washington D. C.: The George Washington University, 1980. – P. 19-21.

Hawkins D., Hunt J. Travel and Tourism Professional Education // *Hospitality and Tourism Education*. – 1988. – № 1 (1). – P. 190–201.

Hawkins D., Ritchie J., Go F., Frechtling D. World Travel and Tourism Review Indicators: Trends and Forecast. – Oxford: CAB International, 1991. – Vol. 1. – P. 149-158.

Hawkins D. Trends Report. – Washington D.C.: The George Washington University, 1995. – P. 89-91.

Haywood M., Maki K. A Conceptual model of the Education Employment Interface for the Tourism Industry // *World Travel and Tourism Review*. – Oxford: CAB International, 1992. – Vol. 2. – P. 237-241.

Hébuterne-Poinssac B. Technologies de l'éducation et de la formation. *Education Et formation*. – Paris: PUF, 2000. – 118 p.

Helmer O. Social Technology. N.Y.: Basic Books Inc., 1996. – P. 56-89.

Higher education: International Trends 1990-2000. – Paris: UNESCO Publishing, 2001. – 255 p.

Hill R. A European Student Perspective on Quality // *Quality in Higher Education*. – 1995. – Vol. 1. – n. 1. – P. 67-75.

Hollier R., Subremon A. Le tourisme dans la Communauté Européenne, P.U.F., Que sais-je?. – Paris: UNESCO, 1990. – P. 103-105.

Huguette D, Pierre G. Economie et politique du tourisme, Librairie générale du droit et de jurisprudence. – Paris: UNESCO, 1998. – P. 23-24.

Hull R.- P., Veronika M., Lema J.-L. La formation professionnelle en Europe: re- ga gards croisés Paris: Ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, 2003. – 30 p.

Hulton T. The Challenges for Tomorrow's Hotel Industry // *Arizona Hospitality Trends*. The USA: Northern Arizona University, 1992. – Vol. 6 (2). – P. 1–16.

Huss J. Advisory Committees to Four-Year Hospitality Education Programs: What Should They Be Doing for Your Program? // *Hospitality Research Journal*. – 1992. – Vol. 15 (2). – P. 51-65.

Kim C., Olsen M. A Framework for the Identification of Political Environmental Issues Faced by Multinational Hotel Chains in Newly Industrialized Countries in Asia // *International Journal of Hospitality Management*. – 1993. – Vol. 12 (2). – P. 163-174.

Kolarska-Bobihaska L. Cztery reformy, Od koncepcji do realizacji (Vier Reformen. Von der Konzeption bis zur Realisierung). Instytut Spraw Publicznych. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2000. – S. 56.

Konarzewski K. Schulwesen im ersten Jahr der Reform des Bildungswesens. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2001. – S. 67.

Kupisiewicz C. Ueber Schulreformen, Auswahl von Beiträgen und Artikeln aus den Jahren 1977-1999. Redakcja naukowa: A. Knap, A. Siemak-Tylikowska, M. S. Szymanski. –Warszawa: Wydawnictwo Akademickie "Zak", 1999. – S. 34-45.

Lebruto S. The Educational Value of Captive Hotels // *Cornell Hotel and restaurant Administration Quarterly*. – 1994. – Vol. 35 (4). – P. 72-79.

Lernen in Netzen – Nutzung von Computernetzen als Lehr-Lernmittel in der Berufsbildung, in: Forschungsergebnisse 1999 des Bundesinstituts für Berufsbildung. – Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000. – 256 s.

L'enseignement de la littéracie au XXIème siècle nouveaux enjeux, nouvelles perspectives. – *Revue des sciences de l'éducation* : 2003. – №1. – P. 3-210.

Les politiques de recherche en éducation dans les pays industriels // *Actes du Colloque APEC*. – Sevres – *Revue afec* № 43. – 1990. – 168 p.

Lewis R. Hospitality Management Education: here today, gone tomorrow? // *Hospitality Research Journal / Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE)*. – 1993. – Vol. 17 (1). – P. 273-294.

Louden W. Collegiality, curriculum and educational change // *Curriculum journal*. – 1991. – Vol. 2 (3). – P. 361-373.

- Lucier P. Performance indicators in Higher Education lowering the tension of the Devote // *Higher Education Management*. – 1992. – № 4. – P. 201-214.
- Manesh V. S. Human Resource Planning and Development: A Focus on Service Excellence // *Human Resource Issues in International Tourism*. Oxford: Butterworth–Heinemann Ltd., 1993. – P. 22-29.
- Marsh H. A multidimensional, hierarchical model of self-concept; theoretical and empirical justification // *Educational Psychology Review*. – N.Y.: John Wiley & Sons, – 1990. – № 2. – P. 77-172.
- Marsh H., Shavelson R. Self-concept: its multifaceted, hierarchical structure // *Educational Psychology Review*. – N.Y.: John Wiley & Sons, 1985. – № 20. – P. 107-23.
- Melrose M. Exploring Paradigms of Curriculum Evaluation and Concepts of Quality // *Quality in Higher Education*. – Apr. 1998. – Vol. 4. – n. 1. – 374 p.
- Mezirov J. Fostering Critical Reflection in Adulthood: a Guide to Transformative and Emancipatory Learning. – San Francisco – Oxford, 1991. – P. 45-48.
- Mills S., Rickle H. Foodservice Manager 2000 // *Hospitality Research Journal*. – 1993. – Vol. 93 (1). – P. 147-159.
- Miller R. Developing programs for faculty evolution / *A sourcebook for higher education*. – San Francisco: Jossey-Bass, 1974. – 248 p.
- Moeller G., Shafer E. The Delphi Technique: A Tool for Long-Range Tourism and Travel Planning // *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researches*. – N.Y.: John Wiley & Sons, 1987. – P. 235-278.
- Monchablon A. France: System of Education // *The international Encyclopedia of Education*. Sec. Ed. – Oxford, New York, Tokyo: Pergamon, 1994. – P. 2377-2385.
- Moon B. Regenerating Curriculum and Pedagogy: the English Experience // *Curriculum Journal*. – 1995. – Vol. 6. – n. 2. – P. 185-188.
- Morey A. Changing higher education curricula for a global and multicultural world // *Higher education in Europe*. – April 2000. – no. 1. – P. 25-41.
- Morrison A. M. Certification in the Travel and Tourism Industry: The North American Experience // *Journal of Tourism Studies*. – 1992. – Vol. 3 (2). – P. 32-40.
- Morton A. Education: Hospitality Schools Send the Industry Plenty of Workers Every Year. But Are they Ready? // *Restaurant Business*. – 1994. – Vol. 93 (3). – 48 p.
- Moutinho L., Witt S. *Tourism Marketing and Management Handbook*. N.Y.: Prentice Hall, 1989. – P. 345-367.
- Moutinho L., Witt S. Forecasting the Tourism Environment Using a Consensus Approach // *Journal of Travel Research*. – 1995. – Vol. 33 (4). – P. 46-50.
- Muqbil I. Employees Call the Shots / *Pacific Asian Travel Association Travel News Asia*. – Pacific Edition, February 1994. – 16 p.
- Neuner G. The Role of Sociocultural Competence in Foreign Language Teaching and Learning. – Strasbourg: Council of Europe Council for Cultural Cooperation, 1994. – P. 34-35.
- News of the Recognition Field: Background Information for the ACE Track, 13th Annual Conference of the European Association for the International Education (EAIE) 5 to 8 December, 2001, Tampere, Finland. – Riga: EAIE+Latvian ENC/NARIC, 2001. – 60 p.
- Normann R. *Service Management: Strategy and Leadership in Service Business*. 2nd ed. – Great Britain: John Wiley & Sons, 1991. – P. 56-89.
- OMT. Etude sur les systèmes informatisés de réservation (SIR). *Tourisme à l'horizon 2000*. – Madrid: WTO, 1992. – P. 24-35.
- Oxford R. Where are we regarding language learning motivation? // *The Modern Language Journal*. – 1994. – 78 (1V). – P. 12-14.
- Pasqualini J., Jacquot B. *Tourisme en Europe. Actions Touristiques*. – Paris: Dunod, 1992. – P. 18-25.
- Partlow C. Is Graduate Hospitality Education Relevant? Ask Graduates. *Hospitality // Tourism Educator*. – 1994. – Vol. 6 (3). – P. 13-16.
- Pavaux J. L'économie du transport aérien, La concurrence impraticable, *Economica*, 1984, "Transports", in *Encyclopédie Economique*, X. Greffe, J. Mairesse, L. Reiffers. – *Economica*, 1990. – P. 78-95.
- Pavesic D. Hospitality Education 2005: Curricular and Programmatic Trends // *Hospitality Research Journal*. – 1993. – Vol. 17 (1). – P. 285-294.
- Pearce P. L. Defining Tourism Study as a Specialism: A Justification and Implications // *Teoros International*. – 1993. – Vol. 1 (1). – P. 25–32.

- Pedrosa J. Notes concerning the preparation of the Bologna meeting (Sorbonne Declaration) – Averio, 1999. – P 123-125.
- Peretti C. Dix-huit questions sur le système éducatif. Paris: La Documentation française. Les études de la Documentation française. – 2004. – 254 p.
- Peter A.M. Quality in European Higher Education: Recent Trends and their Historical Roots // European Journal of Education. – Jun. 1997. – Vol. 32. – n. 2. – P. 111-127.
- Pilch T. Streiten um die Schule. Zwischen der Tradition und den Herausforderungen der Gegenwart. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie "Zak", 1999. – S. 56-58.
- Poon A. Tourism, Technology and Competitive Strategies. – Oxford: CAB International, 1993. – 223 p.
- Pollock A., Ritchie J. In Pursuit of professionalism: An Integrated Strategy for Tourism Education and Training // Annals of Tourism Research. – 1990. – № 13 (4). – P. 19-24.
- Porter M. The Competitive Advantage of Nations. – Hong Kong: The McMillan Press Ltd., 1990. – 267 s.
- Powers T. Hospitality: A Look to the Futures. Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – Washington D. C.: The George Washington University, 1994. – Vol. 41 (1). – P. 15-20.
- Powers T., Riegel C. A bright Future for Hospitality Education. Providing Value in the 21st century // Hospitality research Journal, Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – 1998. – Vol. 17. – №1. – P. 212-214.
- Pratt J. Unification of Higher Education in the United Kingdom // European Journal of Education. – Abington, 1994. – Vol. 27. – n. 1-2. – P. 29-44.
- Prodi R. Idea dell' Europa. – Roma: Il Mulino, 1999. – 467 p.
- Prost A. Pour un programme stratégique de recherche en éducation, rapport. – Paris: Ministère de l'Education nationale, 2001. – 78 p.
- Qualifikationsstrukturbericht. Bundesministerium für Bildung und Forschung. – Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2001. – 231 s.
- Quality Assessment and Quality Development in German Universities with Particular Reference to the Assessment of Teaching. – Bonn: HRK, 2000. – 41 s.
- Rauner F. Gestaltungsorientierte Berufsbildung für eine offene dynamische Beruflichkeit. In: Bremer R., Jagla L. Berufsbildung in Arbeits – und Geschäftsprozessen / Dokumentation und Ergebnisse der Fachtagung vom 14. Und 15. Juni 1999 in Hannover. – 2000. – 256 s.
- Rangel J. Meeting the Supply Challenge. Monograph. PATA'92 Conference Record / Pacific Asia Travel Association, 1992. – P. 131-135.
- Reforms and Changes in Higher Education: International Perspectives. / Ed. by J. E. Mauch, Paula L.W. – New York & London: Garland Publishing, Inc., 1995. – 308 p.
- Resolution of the Council and the Ministers of Education Meeting within the Council of the European Dimension in Education (24 May 1988) 88/c 177/02 // ATEE News. – 1992/1993. – n. 38/39. – P. 31-32.
- Richards G. Tourism marketing Education in Europe. – London: ATTT Presentation, 1997. – P. 5-6.
- Riley M. Labour Market and Vocational Education / Human Resources Issues in International Tourism. – Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., 1993. – P. 68-78.
- Ritchie J.R. New Horizons, New Realities: Perspectives of the Tourism Educator // World Travel and Tourism Review. – Oxford: CAB International, 1992. – Vol. 2. – P. 257-263.
- Ritchie J.R. Tourism and Hospitality Education-Framework for Advanced Level and Integrated Regional Program. Proceedings of the 1990 Annual Congress of the International Association of scientific Experts on Tourism. Berlin, 1990. – P. 18-26.
- Ritchie J.R. Educating the Tourism Educators: Guidelines for Policy and program Development // Teoros International. – 1993. – Vol. 1 (1). – P. 9-24.
- Ross G. F. Tourism / Hospitality Management Employment Interest as Predicted by Job Attributes and Workplace Evaluations // Tourism Recreation Research. – 1995. – Vol. 20 (2). – P. 63-71.
- Rovelstad J. Tourism Training Strategies and Problems for the 1980's. // Journal of Travel Research. – 1982. – Vol. 21 (2). – P. 14-18.
- Rutter D. Catering Education and Training in France and Britain: Some Implications for Productively // Tourism Management. – 1991. – Vol. 12 (4). – P. 356-360.
- Ryan C. Tourism Courses: A New Concern for New Times // Tourism Management – 1995. – Vol. 16 (2). – P. 97-100.

- Samenfink W. A Quantitative Analysis of Certain Interpersonal Skills Requires in the Service Encounter // Hospitality Research Journal. – 1994. – Vol. 17. № 2. – P. 3-15.
- Schäffter O. Weiterbildung in der Transformationsgesellschaft – Zur Grundlegung einer Theorie der Institutionalisierung. ABWF e. V. (Hrsg.), 1998. – S. 216-218.
- Schemme D. Qualifizierung, Personal – und Organisationsentwicklung mit älteren Mitarbeitern. Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2001. – S. 178-191.
- Schelten A. Einführung in die Berufspädagogik. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 1994. – 307 s.
- Schnur P. Dienstleistungsgesellschaft auf industriellem Nährboden. In: Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB). – 1999. – Heft 9. – 256 s.
- Schober K. Nur durch Arbeit trägt Ausbildung Früchte (IAB-Kurzbericht, Nr. 5 vom 9. März 1994 sowie: Keine Entwarnung an der zweiten Schwelle) (IAB-Kurzbericht. – Nr. 5 vom 25. April 1995). – 125 s.
- Schulman S., Greenberg J. The Emergency of Travel and Tourism Education. Unpublished Paper. – January 1992. – 267 p.
- Seeber S., Krekel E., van Buer J. Bildungscontrolling – ein interdisziplinärer Forschungsbereich in der Spannung von ökonomischer und pädagogischer Rationalität. – Bonn: HRK, 2000. – 456 s.
- Shaw M., Patterson J. Management-Development Programs: A Canadian Perspective // Cornell Hotel and Restaurant Administration. Quarterly. – 1991. – Vol. 36 (3). – P. 34-39.
- Sherer M. Read This Now! Restaurant Institutions. – 1990. –Vol. 100. – pp. 74-75.
- Sheldon P. An Authorship Analysis of Tourism Research // Annals of Tourism Research. – 1991. – Vol. 18 (3). – P. 473-484.
- Shepperd R., Cooper C. Innovations in Tourism Education and Training // Tourism Recreation Research. – 1995. – Vol. 20 (2). – P. 14-24.
- Smith S. Defining Tourism: A Supply Side View // Annals of Tourism Research. – 1990. –Vol. 15. – № 2. – P. 179-190.
- Solomon P. Polishing the Brass: A Growing number of executives taking time to hone their management skills in University classrooms. The Globe and Mil. B 24. – 1992. – P. 67-89.
- Sparrowe R., Popielarz P. Getting Ahead in the Hospitality Industry: An Event History Analysis of Promotions Among Hotel and Restaurant Employees. Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). – Conference Abstract. – 1995. – P. 45-56.
- Spizzichino R. les marchands de bonheur. Perspectives et stratégies de l'industrie française du tourisme et du loisir. – Editions Dunod, 1991. – 124 p.
- Stear I., Griffin T. Demythologizing the Nexus between Tourism and Hospitality // Tourism management, February 1993. – P. 41-51.
- Steier-Jordan S. Bildungsreformentwicklung in Polen / Stand und perspektiven. Arbeitspapiere. Internationale Beziehungen im Bildungswesen, 2000. – 278 s.
- Student mobility within the European Union: a statistical analysis. Paris: European institute of education and social policy, 1996. – p. 23-24.
- Swedlove W., Dowler S. Competency-Based Occupational Standards and Certification for the Tourism Industry // World Travel and Tourism Review. – Paris: UNESCO, IBE Education Thesaurus. – 1992. Vol. 2. – P. 283-291.
- Tanke M. Accreditations: Implications for Hospitality Management Education // World Travel and Tourism Review. – Paris: UNESCO, IBE Education Thesaurus. – 1992. Vol.2. – P. 183-185.
- Teicher U. Comparative Higher Education: Potentials and Limits. // Higher Education, 1996. – Vol. 32. – n. 4. – P. 431-465.
- The European Dimension of Education: Teaching and Curriculum Content // Report of the 17th session of the Standing Conference of European Ministers of Education (Vienna, 16-17 October 1991) MED – 17-7. Strasbourg: Council of Europe, 1991. – 25 p.
- Theobald W. Global Tourism: The Next Decade. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 1994. – 278 p.
- The London Encyclopaedia. Edited by Ben Weinreb and Christopher Hibbert. –London: Oxford Press, 1992. – 1060 p.
- The Right to Education: Towards Education for all Throughout Life / World Education Report 2000. – Paris: UNESCO, Apr. 2000. – P. 56-78.

Trends and Development of Teaching and Vocational Education. – Paris: UNESCO Publishing, 1990. – 71 p.

Trends in Learning Structures in Higher Education (II): Follow-up Report prepare for the Salamanca and Prague Conferences of March / May 2001. – Helsinki: National Board of Education, 2001. – 63 p.

Trends and Development of Teaching and Vocational Education. – Paris: UNESCO, 1992. – 75 p.

Trends World Education. Studying overseas.– Vol. 6. – is. 3. – London, 1998.– P. 169-233.

Tyler R., van Bruggen J. Core curriculum. The international encyclopedia of education. Second edition. – Oxford, New York, Tokyo: Pergamon press, 1994. – P. 19-34.

Van der berghe. T. Consultancy. Quality issues and trends in vocational education and training in europe. – saloniki: cedefop, 1996. – P. 72-75.

Vargas c. Sustainable development education: averting or mitigating cultural collision // international journal of educational development. – september 2000. – vol. 20. – n. 5. – P. 377-396.

Vaughan R., Long J. Tourism as a Generator of Employment: A Preliminary Appraisal of the Position of Great Britain // Journal of Travel Research. – London, 1982. –Vol. 21 (2). – P. 27–31.

Vellas F. Le Tourisme. Collection Cyclope. Paris, 1992. – 1034 p.

Vennemann M. Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU). – September 2000. – P. 178-198.

Yorke M. The usage of funding to encourage quality in academic programmes: some lessons from experience, their applicability / Quality in higher education. – 1996. – vol. 2. – n.1. – P. 103-105.

Ward k. British university adult education and working class communities // community development journal. – oxford, 1997. – vol. 32. – n. 1. – 65 p.

Witt C., Muhlemann A. The Implementation of Total Quality Management in Tourism: Some Guidelines // Tourism Management. – 1994. – Vol. 15. – P. 416-424.

World guide to higher education. A comparative survey of systems, degrees and qualifications. London: UNESCO publishing, 1998. – P. 516-523.

World tourism organization / tourism education quality. Results of wto's global survey // wto news, 1996. – № 2 (may / june). – 18 p.

Wto news. – January – February – March: issue 1. Madrid, 2005. – 20 p.

World Tourism and Travel Council (WTTC) and American Express, Travel and Tourism: Progress and Priorities. – Brussels, 1999. – P. 58-90.

World Tourism and Travel Council (WTTC) and American Express, Travel and Tourism: Progress and Priorities. – Brussels, 2002. – P. 156-167.

World Tourism Organization (WTO). Educating the Educators in Tourism. Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad y Universidad Politecnica de Valencia. – Madrid: WTO, 2000. – P. 34-45.

World Tourism Organization (WTO). Graduate Tourism Aptitude Test University of Surrey. – Madrid: WTO, 1996. – 254 p.

World Tourism Organization (WTO). University of Calgary and University of Surrey. New Horizons in Tourism and Hospitality Education, Training and Research. Conference Proceedings. – Canada: Calgary /Alberta, 1991. – P. 94-98.

World Tourism Organization (WTO). Recommendations on Tourism Statistics. – Madrid: WTO, 1994. – 389 p.

Zusatzqualifikationen in der beruflichen Bildung. Faltblatt zum Modell-versuchsschwerpunkt. – Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung, 2000. – 267 s.

Internet: Association for Tourism and Leisure Education / www.atlas-euro.org/
 Curriculum / Programme / Surrey University / www.surrey.ac.uk
 Curriculum/Programme / Hong Kong Polytechnic University / www.polyu.edu.hk/
 Curriculum / Programme / Sorbona University / www.sorbona.ac.fr
 Curriculum / Programme / Texas Institute of Management / www.utexas.edu
 Curriculum / Programme / University Le Monde / www.monde.htm
 Curriculum / Programme / Essex University / www.essex.ac.uk
 Curriculum / Programme / Education in Spain / www.ucm.es
 Curriculum / Programme / Madrid University [http://en.wikipedia.org/wiki/ University_of_Madrid](http://en.wikipedia.org/wiki/University_of_Madrid)
 Curriculum / Programme / PMAT Россия / <http://www.rmat.ru/>
 Curriculum / Programme / National Research Institute of Transport / [http://en.wikipedia.org/wiki/](http://en.wikipedia.org/wiki/University_of_Madrid)
 University_of_Madrid
 Curriculum / Programme / Institute of Tourism of Pacific Asia Travel Association / www.asian.gu.edu.au

Curriculum / Programme / The George Washington University / www.gwu.edu
Curriculum / Programme / Cornell University / www.cornell.edu
Curriculum / Programme – De Montfort University / www.iesd.dmu.ac.uk
Curriculum / Programme / Lincoln University / <http://www.lincoln.ac.nz>
Curriculum / Programme Bogazici University / www.boun.edu.tr/index_eng.html
Curriculum / Programme / Hawaii University / www.hawaii.edu
Curriculum / Programme / Institute for Tourism in Macao / www.sab.ac.lk
Curriculum / Programme / Iran University of Science & Technology (IUST) / www.iust.ac.ir/
Council of Education WTO / www.world-tourism.org/ruso/news_release/2002/key_role_education.htm
Education and Training Institute Iranian Research / www.malira.com/iran/education.php
European Commission Culture / ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html
European Training Foundation www.etf.europa.eu/Tempus.opendocument
General Assembly of WTO (Pekin) / 2003/general_assembly_china_tourism.htm
GTAT (Проверка качества подготовки по туристским специальностям) / www.world-tourism.org/ruso/about_wto/general_info_wto_updated2003.htm
The International Board of Standards for Training, Performance and Instruction www.ibstpi.org
Organisation for Economic Co-operation and Development / www.oecd.org
www.UNESCO.org и www.UNESCO.ru
WTO / www.world-tourism.org

Федулин А.А. О концепции и стратегии развития Московского государственного университета сервиса на 2006-2010 гг. // Повышение качества подготовки специалистов: программа дополнительной квалификации «Специалист по организации сервиса в профессиональной сфере»: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции - М.: МГУС, 2006.

Багдасарян В.Э., Орлов И.Б., Шнайден Й.И., Федулин А.А., Мазин К.А. Советское Зазеркалье. Иностраный туризм в СССР в 1930-1980-е гг. Учеб. пособие. - М.: ФОРУМ, 2007.

Business Tourism //International Trade Forum Magazine – the Quarterly Magazine of the International Trade Center. Режим доступа: <http://www.tradeforum.org/Business-Tourism> 2. Кавинский О.В. Менеджер делового туризма – новая профессия для России // Турист. – 2009. – №4. – С. 8-23.

Власова Т.И., Данилова, М.М. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма. – М.: Academia, 2008. – 388 с.

Кавинский О.В. Компетентностный подход к практическому обучению студентов деловому туризму // Закон и право. – 2009. – №11. – С. 51-57.

Соловьёв А.П. Современное состояние и перспективы развития делового туризма // Вестник Московского университета МВД России. – 2009. – №3. – С. 80-95.

Москалева И.Е. MICE Russia – достойное продолжение // Отель. – 2005. - №8. – С. 13-14. 7. Драчева Е.Л. Специальные виды туризма. – М.: Кнорус, 2009. – 460 с.

Лучко М.Л. Конкурентные стратегии ТНК: Стратегические альянсы, слияния и поглощения// Вестник Московского Университета. Сер.6. Экономик.2004. №1, с.31-56.

Мирсякова В. А. Значение туризма в мировой экономике // Молодой ученый. – 2016. – №5.5. – С. 17-19. — URL <https://moluch.ru/archive/109/26821/> (дата обращения: 26.01.2018).



ПРИЛОЖЕНИЕ А

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

- Австралийская федерация туристских агентств (АФТА)
- Australian Federation of Travel Agents (AFTA)
- Евро-Афро-Азиатская академия по туризму (ЕАААТ)
- Academia Euro-Afro-Asiatica del Turismo (АЕААТ)
- Арабская ассоциация туризма и туристских агентств (ААТА)
- Association arabe de tourisme et de voyages (ААТА)
- Арабская федерация ассоциаций туристических агентств (АФАТА)
- Federation of Arab Travel Agent Association (FATAA)
- Арабская комиссия по туризму (АКТ)
- Arab Company for Tourism (АСТ)
- Арабский гостиничный союз (АГС)
- Union arabe de l'hotellerie (УАН)
- Азиатская ассоциация конгрессных и гостевых бюро (ААКГБ)
- Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (AACVB)
- Азиатский институт туризма (АИТ)
- Asian Institute of Tourism (AIT)
- Азиатская и Австралийская ассоциация гостиниц и ресторанов (АААГР)
- Asia and Australasia Hotel and Restaurant Association (AAHRA)
- Ассоциация азиатских авиакомпаний «Ориент» (АААО)
- Orient Airlines Association (ОАА)
- Ассоциация британских туристских агентств (АБТА)
- Association of British Travel Agents (ABTA)
- Ассоциация африканских авиакомпаний (ААА)
- Association of Africa airlines (AAA)
- Ассоциация европейских авиакомпаний (АЕА)
- Association of European Airlines (АЕА)
- Ассоциация индустрии путешествий (АИП)
- Travel industry association (ТИА)
- Ассоциация исследований в сфере туризма и путешествий (АИЕП)
- Travel and Tourism Research Association (ТТРА)
- Ассоциация международного туристического обмена (АМТО)
- Association for World Travel Exchange (AWTE)
- Ассоциация организации специализированных конференций (АОСК)
- Professional Convention Management Association (PCMA)
- Ассоциация по туризму стран-членов АСЕАН
- ASEAN Tourism Association (ASEANTA)
- Ассоциация стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН)
- Association of South-East Asian Nations (ASEAN)
- Ассоциация туристской индустрии Америки (АТИ)
- Travel Industry Association of America (ТИАА)
- Ассоциация туроператоров США (ЮСТОА)
- United States Tour Operators Association (USTOA)
- Африканская туристическая ассоциация (АТА)
- African Travel Association (AFRICA)
- Британское туристское управление (БТУ)
- British Tourist Authority (BTA)
- Бюро международных выставок (БМВ)
- Bureau international des expositions (BIE)
- Всемирная ассоциация профессионального образования в сфере туризм (ВАПОТ)

- Association mondiale pour la formation professionnelle touristique (AMFORT)
- Всемирная ассоциация туристических агентств (БАТА)
- World Association of Travel Agencies (WATA)
- Всемирная организация здоровья (ВОЗ)
- World Health Organization (WHO)
- Всемирный Совет по туризму и путешествиям (ВСТП)
- World Travel and Tourism Council (WTTC)
- Всемирная туристская организация (ВТО)
- World Tourism Organization (WTO)
- Всемирная федерация ассоциаций туристических агентств (ВФАТА)
- Universal Federation of Travel Agents Association (UFTAA)
- Всемирная федерация объединенных городов (ВФОГ)
- United Towns Organization (UTO)
- Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГСТТ)
- General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)
- Европейская ассоциация директоров гостиничных школ (ЕАДГШ)
- Association europeenne des directeurs d'ecoles hoteliers (EUHOFA)
- Европейская ассоциация рекреации и отдыха (ЕАРО)
- European Leisure and Recreation Association (ELRA)
- Европейский институт изучения и исследования в сфере туризма (ЕИИИТ)
- Institute europeen de recherches et d'etudes touristiques (IERET)
- Европейский Союз (ЕС)
- European Council (EU)
- Европейская фондация образования (ЕФО)
- European Training Foundation (ETF)
- Европейский центр развития профессионального образования (ЕЦРПО)
- European Centre of Professional Education Development (CEDEFOP)
- Европейский центр современных языков (ЕЦСЯ)
- European center of modern languages (ECML)
- Европейское экономическое сообщество «Общий рынок» (ЕЭС)
- European Economic Community, "Common market" (ЕЕС)
- Жизнеспособный туризм и программа охраны окружающей среды (ЖТЕ)
- Sustainable tourism and environment programs (STEP)
- Комитет по сотрудничеству в сфере образования (КСО)
- Committee of Institutional cooperation (CIC)
- Конфедерация туристических организаций Латинской Америки (КТОЛА)
- Confederation Organizations Turisticas de la America Latina (COTAL)
- Консультации в информационных технологиях в сфере бизнеса, университетского образования, в общественных и государственных организациях (КИТБУООГО)
- Consultants in Information Technology for Business, Universities, Institutions and Public Administrations (ESIN)
- Лаборатория компьютерных исследований в сфере педагогики (ЛКИП)
- Computer Engineering Research Laboratory (CERL)
- Международная авиатранспортная ассоциация (ИАТА)
- International Air Transport Association (IATA)
- Международная Академия Туризма (МАТ)
- International Academy of Tourism (IAT)
- Международная ассоциация конгрессных переводчиков (МОКП)
- Association interantionale des interpretes de conference (AIC)
- Международная ассоциация конгрессов и конференций (МАКК)
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Международная ассоциация мирового туризма (МАМТ)
- Internacia Asocio Monda Turismo (MT)

- Международная ассоциация научных экспертов в сфере туризма (МАНЭТ)
- Association internationale d'experts scientifiques dutourisme (AIEST)
- Международное бюро социального туризма (МБСТ)
- Bureau international du tourisme social (BITS)
- Международное бюро таможенных тарифов (МБТТ)
- Bureau international des tarifs donaniers (BITD)
- Международный валютный фонд (МВФ)
- International Monetary Fund (IMF)
- Международная гостиничная ассоциация (МГА)
- International Hotel Association (ИНА)
- Международный географический союз (МГС)
- International Geographical Union (IGU)
- Международная дорожная ассоциация (МДА)
- International Road Federation (IRF)
- Международный клуб гидов (МКГ)
- International Guides' Club (IGC)
- Международный комитет ассоциаций национальных туристических организаций (МКАНТО)
- International ANTOR Committee (IAC)
- Международная морская организация (ММО)
- International Sea Organization (ISO)
- Международный Межпарламентский Союз (ММС)
- International Inter-Parliamentary Council (IIPC)
- Международная организация гражданской авиации (МОГА)
- International Civil Aviation Organization (ICAO)
- Международная организация по стандартам (МОС)
- International Organization for Standardization (ISO)
- Международная организация труда (МОТ)
- International Labour Organization (ILO)
- Международная организация уголовной полиции (ИНТЕРПОЛ)
- International Police (INTERPOL)
- Международный совет по охране памятников (ИКОМОС)
- International Council on Monuments and Sites (ICOMOS)
- Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО)
- International Union of public tourist organizations (IUPTO)
- Международная торговая палата (МТП)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- Международный туристический альянс (МТА)
- International Touring Alliance (ITA)
- Международный туристический союз (МТС)
- Touristik Union International (TUI)
- Международная федерация туристических центров (МФТЦ)
- Federation Internationale de centers touristiques (FICI)
- Международная федерация туроператоров (МФТО)
- International Federation of Tour Operators (IFTO)
- Международная федерация журналистов и писателей по туризму
- International Federation of journalists and writers in tourism
- Международная федерация информационных технологий в сфере туризма.
- International federation of information technology in tourism
- Межпарламентская ассоциация по туризму (МАТ)
- Association interparlamentaire du tourisme (AIDT)
- Новаторские научно-исследовательские работы для малых предприятий (ННИРМП)
- Small Business Innovation Tourism Research (SBITR)

- Организация городов мирового наследия (ОГМН)
- Organization of World Heritage Cities (OWHC)
- Организация маркетинга туристических направлений (ОМТН)
- Organization of Tourist marketing destinations (OTMD)
- Организация ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО)
- UN Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)
- Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСВ)
- Organization of economic development and cooperation (OECD)
- Программы ООН по развитию окружающей среды (ЮНЕП)
- United Nations Environment Programs (UNEP)
- Проверка качества подготовки по туристским специальностям (ПКПТС) Quality of tourism aptitude test (QTAT) / The Scholastic Aptitude Test (SAT)
- Северо-Атлантический блок (НАТО)
- North Atlantic Treaty Organization (NATO)
- Совет по культурному сотрудничеству (СКС)
- Council of culture cooperation (COCC)
- Совет общественных учебных учреждений в гостиничном и ресторанном бизнесе в США (СОУУГРБ)
- Council of public institutions in hotel and restaurant business in the USA (CPIHRB)
- Совет по вопросам образования при ВТО Council of education (WTO)
- Стандарты международной классификации туристской деятельности (СМКТ)
- International standard qualifications of tourist activity (ISQTA)
- Туристская ассоциация Тихоокеанского региона (ПАТА)
- Pacific Area Travel Association (PATA)
- Туристская служба США (ЮСТС)
- United States Travel Service (USTS)
- Федерация международного молодежного туризма (ФММТ)
- Federation of International Youth Travel Organization (FIYTO)
- Фонд возможного развития туризма (ФВРТ)
- Trust for Responsible Opportunities in Tourism (TROT)
- Экономическая и социальная комиссия ООН для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО) UN Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP)
- Экономическая и социальная комиссия ООН для Африки (ЭКА)
- UN Economic and Social Commission for Africa (ECA)
- Экономическая и социальная комиссия ООН для Латинской Америки (ЭКЛА) UN Economic and Social Commission for Latin America (ECLA)
- Экономическая и социальная комиссия ООН для Европы (ЭКЕ)
- UN Economic and Social Commission for Europe (ECE)
- Экономический и Социальный Совет ООН (ЭКОСОС)
- UN Economic and Social Council (ECOSOC)



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ОФИЦИАЛЬНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ В СФЕРЕ ТАЙМШЕРОВ

Апартотели – туристские комплексы с развитой инфраструктурой (приёмная, бар, ресторан, бассейн, спортзал, площадки для игр и т. д.) и отличающиеся от гостиниц тем, что состоят из апартаментов вместо традиционных гостиничных номеров.

Апартаменты – в Западной Европе – квартира в частном многоквартирном жилом или туристическом комплексе. Отличают различные типы апартаментов по размерам и количеству спален. В туризме характеристиками апартаментов являются максимальная вместимость и комфортность, которые указаны обычно в скобках через дробь (1-Bed (4\2) – апартаменты с одной спальней и максимальной вместимостью 4 человека, а комфортностью 2 человека). От гостиничного номера апартаменты отличаются наличием кухни (минимальной или полной)

Таймшер – форма владения собственностью в виде апартаментов в рамках комплекса апартотеля или право на бессрочное эксклюзивное использование апартаментами на основе деления времени на срок, кратный неделе в каждом календарном году. Уникальной и привлекательной частью программы является обмен таймшеров через независимую обменную компанию.

Неделя отдыха – минимальный по длительности период времени проживания в апартаментах комплекса апартотеля, который можно приобрести в бессрочное владение в рамках программы таймшера. Не существует ограничений по количеству недель таймшера, которые может приобрести один покупатель.

Плавающее владение – покупатель, приобретая таймшер, определяется только с конкретным размером и типом апартаментов, количеством приобретаемых недель отдыха и сезоном. В рамках своего сезона владелец таймшера может заказывать проживание в оговорённом размере апартаментов в разные даты. (Прим.: В какой-то год вы едете в июне, а следующий год в сентябре или снова в июне.) Необходимо только сообщить заранее в клуб и заказать себе апартаменты на конкретные даты согласно дню заезда. Никаких доплат за изменение дат планируемой поездки не существует, как и не существует ограничений в рамках сезона. Идеально подходит людям, отпуска которых всегда в разное время или по скользящему графику.

Очки (баллы) – разновидность таймшера. Приобретённая собственность оценена в балах (очках), которыми владелец как бы расплачивается при каждом отдельном заказе. Очень гибкая система, позволяющая выбирать и варьировать по необходимости в каждую поездку разный размер апартаментов, разбивать недельный отпуск на поездки выходного дня, заказывать десятидневный отдых и многое другое.

Владелец таймшера – физическое или юридическое лицо, которое приобрело либо получило иным способом таймшер. Различают «Основного Владельца» и «Совладельцев», где «Основной Владелец» – это человек, указанный первым на членских документах (документах владения таймшером) в том числе на сертификате таймшера. Одновременно владеть таймшером могут не более 4 человек. «Основной Владелец» и «Совладельцы» абсолютно равны в правах. Однако на сертификате указан адрес только «Основного Владельца» и на этот адрес высылается вся членская корреспонденция.

Мультиклуб – объединение курортов, у которых обычно один Учредитель. Клубы могут находиться в одном или в разных регионах и даже в разных странах. Существуют мультиклубы, объединяющие лишь три курорта, а есть объединения более двухсот курортов. Тип владения в мультиклубе всегда плавающий. Член клуба вправе выбирать в рамках своего сезона и размера и типа апартаментов, не только разное время для отдыха, но и место отдыха. (Прим.: Один год поехать отдыхать в июле на Коста-дель-Соль, а в следующий год на Новый Год на Тенерифе, а третий год – в Англию в мае и т. д.) Выбор места отдыха не требует доплат и иногда называется «бесплатным внутренним обменом». Считается преимуществом то, что экономятся деньги на обмене. Членство в мультиклубе не исключает возможность обмена через независимую обменную компанию. Однако такое привлекательное членство не подходит тем, кто хотел бы иметь гарантированное место и время отдыха.

Сертификат – документ, подтверждающий права владельца таймшера, свидетельство о собственности.

В документе описана собственность владельца: название клуба, размер апартаментов, количество и номера недель, дата регистрации членства и выпуска сертификата, его номер, а также данные владельца, включая его адрес и совладельцев.

Для таймшеров в виде очков в сертификате указано, сколько очков находится в собственности владельца. Обратная сторона сертификата является актом передачи членских прав и заполняется только в том случае, если владелец намеревается переуступить свои права (продать, подарить и т. п.) другому лицу или лицам. Храните членский сертификат в надёжном месте.

Учредитель курорта – организация, юридическое лицо, реже частное лицо, которое является первоначальным застройщиком курорта, владельцем земли и построек, составляющих комплекс отдыха. Застройщик комплекса таймшера, прежде чем подписать договор с обменной компанией и ввести свой комплекс в их систему обмена, обязан проделать ряд юридических действий. Эти действия направлены на обеспечение последующей юридической защищённости членов клуба (владельцев таймшера), как то: регистрация Устава Клуба, передача учредительных документов, включая акты на землю и строения независимому Попечителю и т. п. Учредитель для продажи таймшеров нанимает независимую маркетинговую компанию или иногда создаёт собственную, но обязательно финансово и юридически независимую от самого клуба.

Попечитель – (Hutchinson & Co Trust Company First National Trustee Company или Нотариус) в большинстве Европейских стран обязательная независимая юридическая структура, призванная соблюдать законность и согласованность в клубе, защищая при этом интересы как учредителя, так и владельцев таймшера. В обязанности Попечителя входит: Обременение и доверительное хранение всех учредительных документов курорта; Создание Устава клуба и контроль над его соблюдением; Создание и ведение реестра членов клуба (владельцев таймшера); Присвоение и закрепление за ними собственности в виде недель и очков; Выпуск документов, подтверждающих владение таймшером (членских сертификатов); Переоформление членства с одного на другое лицо при перепродаже, дарении, наследовании и т. п.; Ведение специальных нотариальных счетов клуба (эскроу), куда может перечислять денежные средства покупатель таймшер, если он не доверяет платить ни маркетинговой компании, ни учредителю.

Управляющая компания – наёмная организация, в обязанности которой входит ежедневное управление курортом, обслуживание и содержание апартаментов и всей инфраструктуры комплекса. Изначально выбирает и нанимает управляющую компанию учредитель курорта. Впоследствии продлить договор на управление клубом или предоставить его другой управляющей компании может комитет клуба, заручившись большинством голосов рядовых членов клуба на ежегодном общем собрании. Управляющая компания нанимает и увольняет служащих курорта, составляет и распределяет бюджет содержания комплекса, осуществляет бронирование проживания в клубах с плавающим владением или системы очков (балов), рассылает счета по членским взносам, следит за своевременной их оплатой.

Маркетинговая компания – юридическое лицо, уполномоченное учредителем продавать принадлежащие ему таймшеры и для этого проводить любого рода маркетинговые мероприятия. Чаще всего маркетинговые компании для осуществления продаж таймшеров проводят индивидуальные или коллективные презентации, во время которых в течение нескольких часов разъясняют особенности, принципы работы и преимущества таймшера и предлагают сделать покупку по специальным презентационным предложениям. В ответственность маркетинговой компании перед покупателем таймшера входит достоверная информация о предмете и условиях покупки, своевременный перевод денежных средств покупателя на счёт попечителя или учредителя за вычетом своих комиссионных, а также обеспечение покупателя оригиналами членских документов, подтверждающими факт приобретения в соответствии с действующим законодательством (в том числе выдачу членского сертификата), а также карт обменной компании. После выдачи всех выше перечисленных документов обязанности маркетинговой компании перед покупателем считаются выполненными. Однако в связи с российской спецификой многие маркетинговые компании оказывают дополнительно сопутствующие услуги, которые владелец таймшера может получать и самостоятельно (как то: бронирование проживания, авиаперелёта, оформление виз и страховок). Различают маркетинговые компании, которые работают по договору с учредителем на территории курорта, и те, которые работают за его пределами, в том числе в других странах.

Агентства по перепродажам таймшеров – независимое юридическое лицо, ставящее своей целью извлечение прибыли из сделок купли-продажи между рядовыми членами клубов (владельцами таймшеров). По сути, деятельность идентична агентствам по продаже недвижимости.

С одним отличием в том, что не организует просмотры апартаментов для покупателя. Это связано с тем, что обычно потенциальный покупатель уже бывал и отдыхал на конкретном курорте или владеет там неделями или очками. Агентства по перепродажам не проводят презентаций и не владеют технологиями первичных продаж, а работают исключительно с покупателями, которым хорошо известна система таймшера. Приняв заявку от потенциального продавца и согласовав с ним условия продажи, вносят это предложение в свой список и стремятся к привлечению потенциальных покупателей через средства массовой информации (газеты, журналы, интернет, телевидение). Современной тенденцией является создание Таймшер-интернет-магазинов и участие в туристических телеканалах. Агентство по перепродаже может оказывать услуги по перерегистрации членских документов (сертификатов) в соответствующих инстанциях или просто представлять продавца покупателю.

Обменная компания – организация, осуществляющая обмен недель таймшера между членами клуба. Они обеспечивают владельцам возможность обменять свой таймшер на другой – на другое время, место или и то и другое одновременно. Обменная компания гарантирует одинаковый уровень курортов, входящий в единый каталог курортов. Две крупнейшие обменные компании – это Resort Condominiums International и Interval International. Практически все курорты входят в одну из этих двух организаций. Однако есть обменные компании, которые допускают обмен между владельцами любых таймшеров (Dial-n-Exchange и «Таймшер-Обмен. Ру»).



Гостиницы по системе таймшера

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ОФИЦИАЛЬНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ В СФЕРЕ ТАЙМШЕРОВ

Апартотели – туристские комплексы с развитой инфраструктурой (приёмная, бар, ресторан, бассейн, спортзал, площадки для игр и т. д.) и отличающиеся от гостиниц тем, что состоят из апартаментов вместо традиционных гостиничных номеров.

Апартаменты – в Западной Европе – квартира в частном многоквартирном жилом или туристическом комплексе. Отличают различные типы апартаментов по размерам и количеству спален. В туризме характеристиками апартаментов являются максимальная вместимость и комфортность, которые указаны обычно в скобках через дробь (1-Bed (4\2) – апартаменты с одной спальней и максимальной вместимостью 4 человека, а комфортностью 2 человека). От гостиничного номера апартаменты отличаются наличием кухни (минимальной или полной)

Таймшер – форма владения собственностью в виде апартаментов в рамках комплекса апартотеля или право на бессрочное эксклюзивное использование апартаментами на основе деления времени на срок, кратный неделе в каждом календарном году. Уникальной и привлекательной частью программы является обмен таймшеров через независимую обменную компанию.

Неделя отдыха – минимальный по длительности период времени проживания в апартаментах комплекса апартотеля, который можно приобрести в бессрочное владение в рамках программы таймшера. Не существует ограничений по количеству недель таймшера, которые может приобрести один покупатель.

Плавающее владение – покупатель, приобретая таймшер, определяется только с конкретным размером и типом апартаментов, количеством приобретаемых недель отдыха и сезоном. В рамках своего сезона владелец таймшера может заказывать проживание в оговорённом размере апартаментов в разные даты. (Прим.: В какой-то год вы едете в июне, а следующий год в сентябре или снова в июне.) Необходимо только сообщить заранее в клуб и заказать себе апартаменты на конкретные даты согласно дню заезда. Никаких доплат за изменение дат планируемой поездки не существует, как и не существует ограничений в рамках сезона. Идеально подходит людям, отпуска которых всегда в разное время или по скользящему графику.

Очки (баллы) – разновидность таймшера. Приобретённая собственность оценена в балах (очках), которыми владелец как бы расплачивается при каждом отдельном заказе. Очень гибкая система, позволяющая выбирать и варьировать по необходимости в каждую поездку разный размер апартаментов, разбивать недельный отпуск на поездки выходного дня, заказывать десятидневный отдых и многое другое.

Владелец таймшера – физическое или юридическое лицо, которое приобрело либо получило иным способом таймшер. Различают «Основного Владельца» и «Совладельцев», где «Основной Владелец» – это человек, указанный первым на членских документах (документах владения таймшером) в том числе на сертификате таймшера. Одновременно владеть таймшером могут не более 4 человек. «Основной Владелец» и «Совладельцы» абсолютно равны в правах. Однако на сертификате указан адрес только «Основного Владельца» и на этот адрес высылается вся членская корреспонденция.

Мультиклуб – объединение курортов, у которых обычно один Учредитель. Клубы могут находиться в одном или в разных регионах и даже в разных странах. Существуют мультиклубы, объединяющие лишь три курорта, а есть объединения более двухсот курортов. Тип владения в мультиклубе всегда плавающий. Член клуба вправе выбирать в рамках своего сезона и размера и типа апартаментов, не только разное время для отдыха, но и место отдыха. (Прим.: Один год поехать отдыхать в июле на Коста-дель-Соль, а в следующий год на Новый Год на Тенерифе, а третий год – в Англию в мае и т. д.) Выбор места отдыха не требует доплат и иногда называется «бесплатным внутренним обменом». Считается преимуществом то, что экономятся деньги на обмене. Членство в мультиклубе не исключает возможность обмена через независимую обменную компанию. Однако такое привлекательное членство не подходит тем, кто хотел бы иметь гарантированное место и время отдыха.

Сертификат – документ, подтверждающий права владельца таймшера, свидетельство о собственности.

В документе описана собственность владельца: название клуба, размер апартаментов, количество и номера недель, дата регистрации членства и выпуска сертификата, его номер, а также данные владельца, включая его адрес и совладельцев.

Для таймшеров в виде очков в сертификате указано, сколько очков находится в собственности владельца. Обратная сторона сертификата является актом передачи членских прав и заполняется только в том случае, если владелец намеревается переуступить свои права (продать, подарить и т. п.) другому лицу или лицам. Храните членский сертификат в надёжном месте.

Учредитель курорта – организация, юридическое лицо, реже частное лицо, которое является первоначальным застройщиком курорта, владельцем земли и построек, составляющих комплекс отдыха. Застройщик комплекса таймшера, прежде чем подписать договор с обменной компанией и ввести свой комплекс в их систему обмена, обязан проделать ряд юридических действий. Эти действия направлены на обеспечение последующей юридической защищённости членов клуба (владельцев таймшера), как то: регистрация Устава Клуба, передача учредительных документов, включая акты на землю и строения независимому Попечителю и т. п. Учредитель для продажи таймшеров нанимает независимую маркетинговую компанию или иногда создаёт собственную, но обязательно финансово и юридически независимую от самого клуба.

Попечитель – (Hutchinson & Co Trust Company First National Trustee Company или Нотариус) в большинстве Европейских стран обязательная независимая юридическая структура, призванная соблюдать законность и согласованность в клубе, защищая при этом интересы как учредителя, так и владельцев таймшера. В обязанности Попечителя входит: Обременение и доверительное хранение всех учредительных документов курорта; Создание Устава клуба и контроль над его соблюдением; Создание и ведение реестра членов клуба (владельцев таймшера); Присвоение и закрепление за ними собственности в виде недель и очков; Выпуск документов, подтверждающих владение таймшером (членских сертификатов); Переоформление членства с одного на другое лицо при перепродаже, дарении, наследовании и т. п.; Ведение специальных нотариальных счетов клуба (эскроу), куда может перечислять денежные средства покупатель таймшер, если он не доверяет платить ни маркетинговой компании, ни учредителю.

Управляющая компания – наёмная организация, в обязанности которой входит ежедневное управление курортом, обслуживание и содержание апартаментов и всей инфраструктуры комплекса. Изначально выбирает и нанимает управляющую компанию учредитель курорта. Впоследствии продлить договор на управление клубом или предоставить его другой управляющей компании может комитет клуба, заручившись большинством голосов рядовых членов клуба на ежегодном общем собрании. Управляющая компания нанимает и увольняет служащих курорта, составляет и распределяет бюджет содержания комплекса, осуществляет бронирование проживания в клубах с плавающим владением или системы очков (балов), рассылает счета по членским взносам, следит за своевременной их оплатой.

Маркетинговая компания – юридическое лицо, уполномоченное учредителем продавать принадлежащие ему таймшеры и для этого проводить любого рода маркетинговые мероприятия. Чаще всего маркетинговые компании для осуществления продаж таймшеров проводят индивидуальные или коллективные презентации, во время которых в течение нескольких часов разъясняют особенности, принципы работы и преимущества таймшера и предлагают сделать покупку по специальным презентационным предложениям. В ответственность маркетинговой компании перед покупателем таймшера входит достоверная информация о предмете и условиях покупки, своевременный перевод денежных средств покупателя на счёт попечителя или учредителя за вычетом своих комиссионных, а также обеспечение покупателя оригиналами членских документов, подтверждающими факт приобретения в соответствии с действующим законодательством (в том числе выдачу членского сертификата), а также карт обменной компании. После выдачи всех выше перечисленных документов обязанности маркетинговой компании перед покупателем считаются выполненными. Однако в связи с российской спецификой многие маркетинговые компании оказывают дополнительно сопутствующие услуги, которые владелец таймшера может получать и самостоятельно (как то: бронирование проживания, авиаперелёта, оформление виз и страховок). Различают маркетинговые компании, которые работают по договору с учредителем на территории курорта, и те, которые работают за его пределами, в том числе в других странах.

Агентства по перепродажам таймшеров – независимое юридическое лицо, ставящее своей целью извлечение прибыли из сделок купли-продажи между рядовыми членами клубов (владельцами таймшеров). По сути, деятельность идентична агентствам по продаже недвижимости.

С одним отличием в том, что не организует просмотры апартаментов для покупателя. Это связано с тем, что обычно потенциальный покупатель уже бывал и отдыхал на конкретном курорте или владеет там неделями или очками. Агентства по перепродажам не проводят презентаций и не владеют технологиями первичных продаж, а работают исключительно с покупателями, которым хорошо известна система таймшера. Приняв заявку от потенциального продавца и согласовав с ним условия продажи, вносят это предложение в свой список и стремятся к привлечению потенциальных покупателей через средства массовой информации (газеты, журналы, интернет, телевидение). Современной тенденцией является создание Таймшер-интернет-магазинов и участие в туристических телеканалах. Агентство по перепродаже может оказывать услуги по перерегистрации членских документов (сертификатов) в соответствующих инстанциях или просто представлять продавца покупателю.

Обменная компания – организация, осуществляющая обмен недель таймшера между членами клуба. Они обеспечивают владельцам возможность обменять свой таймшер на другой – на другое время, место или и то и другое одновременно. Обменная компания гарантирует одинаковый уровень курортов, входящий в единый каталог курортов. Две крупнейшие обменные компании – это Resort Condominiums International и Interval International. Практически все курорты входят в одну из этих двух организаций. Однако есть обменные компании, которые допускают обмен между владельцами любых таймшеров (Dial-n-Exchange и «Таймшер-Обмен. Ру»).



Таймшер – клубный отдых



СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. Глобализация и международный туризм	
1.1. Современные тенденции развития сферы туризма	6
1.2. Теоретические основы туризмологии	31
1.3. Международные и национальные требования к туризму и туристскому образованию	52
Глава 2. Туризм как сложная социально-экономическая система	
2.1. Туризм – основа экономики	80
2.2. Социально-культурные аспекты туризма	114
2.3. Эволюция сферы гостеприимства	137
Глава 3. Трансформация национальных систем туристского высшего образования	
3.1. Достижения реформирования профессионального образования	169
3.2. Становление и развитие национальных систем туристского образования	194
3.3. Международные проблемы стандартизации высшего образования в туризме	227
3.4. Анализ целей профессиональной подготовки кадров в сфере туризма	240
3.5. Методология «Туризм- образование - качество»	252
Глава 4. Концепция системы туристского образования	
4.1. Новые направления педагогических исследований	264
4.2. Технология организации учебного процесса	277
Глава 5. Общие тенденции и особенности подготовки кадров для сферы туризма	
5.1. Структура и содержание профессиональной подготовки кадров для сферы туризма	292
5.2. Система повышения квалификации и переподготовки	339
Глава 6. Модель профессиональной компетентности специалиста сферы туризма	
6.1. Формы и методы оценки профессиональной компетентности	360
6.2. Образовательная политика Совета Европы в сфере иностранных языков	398
6.3. Модели профессиональной компетенции	408
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	416
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	424
ПРИЛОЖЕНИЯ	442