

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ



ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Вестник

студенческого научно-творческого общества
КСЭИ: материалы XVI межвузовской студенческой
конференции 22 апреля 2013 г.

ВЫПУСК

ДЕВЯНОСТО ПЕРВЫЙ

Краснодар, 2013

Редакционная коллегия:

О.Т. Паламарчук, доктор филологических наук,
кандидат исторических наук (ответственный редактор)
А.В. Жинкин, кандидат исторических наук (научный редактор)
Х.Ш. Хуако, кандидат экономических наук
Л.А. Прохоров, доктор юридических наук
Н.И. Щербакова, кандидат филологических наук
С.А. Ольшанская, кандидат психологических наук
Д.В. Петров, председатель Совета СНТО
О. Петрова, К. Кулага, студенты-члены Совета СНТО

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ. ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО
НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА КСЭИ:** материалы XVI
межвузовской научно-творческой студенческой конференции 22 апреля
2013г. / под науч. ред. А.В. Жинкина. Краснодар: КСЭИ, 2013. 75 с.

Настоящий, очередной вестник студенческого научно-творческого общества КСЭИ – сборник статей студентов-участников и докладчиков XVI межвузовской научно-творческой студенческой конференции. В сборнике опубликованы материалы, посвященные современным проблемам и перспективам развития туризма и сервиса.

Печатается по решению научно-методического и редакционно-издательского Советов КСЭИ.

©Издательство Кубанского социально-
экономического института, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Омельченко Л. ЭКОДОМ - ДОМ БУДУЩЕГО	4
Пахомова М. МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ И ПРОЦЕССОВ	7
Педай А. РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА ПРИ ПОСТРОЕНИИ УСПЕШНОГО БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ	11
Погорлецкий А. ПРИМЕНЕНИЕ ТУР ГИДОВ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	17
Погорлецкий А. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ	20
Подколзина А. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ГИДОМ РОССИЙСКОГО СТУДЕНТА В ИНДИИ	24
Поликарпов А. НЕОБХОДИМОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	26
Прокопенко Е. РАЗВИТИЕ ЭКСКУРСИОННОГО ДЕЛА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	32
Рабова А. ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ КСЭИ ФАКУЛЬТЕТА СЕРВИСА И ТУРИЗМА	36
Рудник А. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ОСНОВА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	41
Симиненко А. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: ЭТАПЫ ПЛАНИРОВАНИЯ	43
Тен В. ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	49
Хуртыло Е. МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА КОМПЛЕКСА УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	53
Чикуридис В. ВОЛОНТЕРСКИЙ ТУРИЗМ	57
Школа В. ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЕГИПТА)	62
Шубина Ю. ПОНЯТИЯ, СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	65

ЭКОДОМ - ДОМ БУДУЩЕГО

Экодом – это не просто дом, это скорее образ жизни. Многое здесь зависит от местности и климата, от традиций, которые в большой степени определяют то, как живёт человек. Начиная описывать столь обширную тему, что такое экодом, и как его спланировать и построить, можно начать именно с климата. Практически на всей территории России достаточно суровый климат.

Отопительный сезон, как правило, составляет в среднем семь месяцев в году. Но с другой стороны немало таких регионов, где очень много солнечных дней, а значит, как говорят учёные, присутствует высокий уровень солнечной энергии. Всё это следует учитывать при составлении проекта экологически чистого дома, то есть предусматривать разницу зимнего и летнего периода, а также образ жизни тому соответствующий.

Летом большая часть населения занимается выращиванием сельскохозяйственной продукции, готовит их на зиму. Потому необходимо также продумать и подворье, чтобы все было максимально удобно для этого. Необходимо чтобы имелись в наличии все подсобные помещения для выращивания рассады, для приготовления удобрений, для накопления воды. Теперь можно затронуть тему непосредственно касающуюся экодома. Это, по сути, целая система, имеющая положительный экологический ресурс. Система состоит из максимально удобного приусадебного участка, а также из самого дома с низким энергопотреблением и выполненным из экологически чистого материала.

Для того чтобы экодом был действительно таковым, он должен быть построен и эксплуатироваться в соответствии с некоторыми требованиями. Электричество, отопление, горячая вода должны поступать в основном от возобновляемых источников энергии. Все избытки в этом случае накапливаются, а также хранятся в специальных тепловых аккумуляторах. Для того чтобы дом как можно дольше сохранял в себе тепло, при постройке важно соблюдать особые архитектурные и конструкторские моменты, также необходимо строить его с использованием эффективных утеплителей. В случае если солнечного тепла для согревания дома недостаточно, можно использовать печи, работающие на возобновляемом топливе.

Одним из самых главных требований для экодому является использование только местных строительных материалов. Они достаточно мало затратны по методу добычи, перевозки и по переработке, также дают возможность строить дом без применения тяжёлой техники. Лучше использовать такой материал, который после окончания строительства или эксплуатации объекта можно утилизировать на месте, без причинения вреда окружающей среде. Экодомом должен нести в себе такие функции, как экономию материальных средств, что тоже немаловажно, положительное влияние на здоровье человека, который в нём проживает, а также возможность выращивать и употреблять в пищу только экологически чистые продукты.

Дом из самана – самый экологически чистый дом.

В 21 веке, когда экология уже достаточно пострадала, экологическим решениям выделяется всё больше внимания. Строительство домов из самана становится всё более популярным не только в горячих сухих странах, но и на территории СНГ.

Каждому сейчас хочется иметь собственный дом, благоустроенный в соответствии с собственными привычками. Но не каждый может себе это позволить, ведь принято считать, что частный дом – это дорого. Строительство дома из самана не требует особых затрат, так как возводится буквально из того, что есть под ногами. Мебель тоже может быть вылеплена из того же материала, что и сам дом. Меньших затрат требует и отопление дома, так как этот экологический материал прекрасно удерживает тепло в холодное время года, и поддерживает прохладу жарким летом.

Саман – это строительный глиняный материал, который разводят водой в заранее подготовленных ямках, после чего разминают. Для увеличения плотности добавляют измельчённую солому, для уменьшения усадки добавляют песок, ускорить затвердевание и влагостойкость можно при помощи извести.

Строительство дома из самана – как процесс единения, гармонизации человека и природы, семьи и дома. Саман позволяет избавиться от углов, что способствует в дальнейшем спокойной обстановке в доме, как утверждают психологи.

Глиняный дом – не просто экономически выгодное, но и экологически правильное решение, ведь материал, из которого он построен, не оставит грязный след на Земле!

В Германии много экологических домов.

Гамбург был назван экологической столицей Европы не только из-за

огромного количества парков и садов – этот город серьёзно и уважительно относится к окружающей среде, наслаждаясь при этом экологически безвредным образом жизни.

В семнадцати километрах от города есть уникальный экологический квадратный дом с тремя спальнями и двумя ваннами, построенный в 2007 году. Этот дом очень уютный внутри.

Основные зоны – гостиная и кухня расположены немного ниже уровня земли. Стены и полы трёх залитых светом спален, сделаны из экологически чистых древесных панелей.

Изобретательно спроектированный дизайн сочетает эко – технологии и умную инженерию. Большие окна и свободная планировка даёт ощущение большого пространства, свободы, воздуха и света в маленьком доме.

Правительство Германии снижает расходы энергии и поощряет экологическую архитектуру. Все окна в доме со стеклопакетами. Дом обогревается геотермальной энергией. Чтобы получить доступ к этому постоянному источнику тепла землю просверлили на глубину около 75 метров и поставили вертикальную трубу.

Жидкость качается вниз, нагревается от внутренней температуры земли и выкачивается вверх, обогревая дом по трубам в бетонном полу. Внутренние перекрытия и потолки в доме из древесных панелей – экологически безвредного материала.

Все комнаты на верхнем этаже соединены между собой. Формально это один уровень, но тут везде ступеньки. Этот элемент дизайна позволяет разделить пространство на зоны, создав уединённость. Когда вы поднимаетесь или опускаетесь по ступенькам – вы автоматически попадаете из одной комнаты в другую.

В хозяйской ванной использована нетоксичная краска с плиткой из местного камня. Душ со слабым напором и унитаз с двойным сливом позволяют снизить потребление воды. В отделке использован натуральный камень тёмного цвета. Такая тёмная гамма была выбрана неслучайно – в ней так приятно переходить от сна к пробуждению.

Наружные покрытия сделаны из пяти слоёв еловой древесины. Внутренняя изоляция делает эффективность использования энергии в доме на 200% выше, чем в других домах.

Литература:

1. Аврорин А.В., Огородников И.А., Чернова Г.В., Чиннов Е.А. Экологическое домостроение. Проблемы энергосбережения. Аналитический

обзор. ГПНТБ СО РАН. Серия «Экология», вып. 44. Новосибирск. 1997.

2. Аврорин А.В. Экологическое домостроение. Строительные материалы. Аналитический обзор. ГПНТБ СО РАН. Серия "Экология", вып. 53. Новосибирск. 1999.

3. Белов Н.Н., Огородников И.А. Социально-экономические основы экологического домостроения в регионе. В сб.: Новосибирск на рубеже 21 века: перспективы развития и инвестиционные возможности. Новосибирск. 1999.

4. Глазычев В.Л., Егоров, М.М., Ильина, Т.В. и др. «Городская среда. Технология развития: Настольная книга.». Москва. «Издательство Лады». 1995.

5. «Глобальный климат» под редакцией Хотона. Дж.Т. Перев. с англ. Ленинград, Гидрометеиздат. 1987.

6. Гусельников С.М., Медведев Д.С., Огородников И.А. Организационно-экономические механизмы энергоэффективного индивидуального домостроения в Алтайском крае. В сб.: Энергосбережение в системах теплоснабжения. Барнаул. 2000.

М. ПАХОМОВА
н.р. Т.А. МЕРКУЛОВА

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ И ПРОЦЕССОВ

Для изучения процессов, происходящих в экологических системах, используется как математическое, так и имитационное моделирование. В экологическом моделировании можно выделить два основных направления:

а) моделирование взаимодействия организмов друг с другом и с окружающей средой («классическая» экология);

б) моделирование, связанное с состоянием окружающей среды и ее охраной (социальная экология).

Оба направления представлены большим количеством разработанных моделей.

Укажем на некоторые модели взаимодействия популяций, которые могут быть положены в основу изучения классических моделей экологии в рамках школьного курса информатики.

1. Динамика развития популяции с дискретным размножением с учетом внутривидовой конкуренции.

2. Динамика развития популяции с непрерывным размножением с учетом внутривидовой конкуренции. Логистическая модель.

3. Логистическая модель межвидовой конкуренции.

4. Моделирование системы "хищник-жертва".

5. Имитационное моделирование динамики популяций.

Первая беседа по этой теме может быть посвящена введению в проблематику классической экологии и использованию в ней математических моделей. Следует дать определения таким понятиям, как "популяция", "сообщество", "внутривидовая конкуренция", "межвидовая конкуренция", сформулировать основные цели создания математических | моделей в классической экологии.

После вводной лекции можно приступать к построению и исследованию конкретных моделей. Методически уместно начать с рассмотрения развития популяций с дискретным размножением, после чего следует плавный переход на популяции с непрерывным размножением. Естественная последовательность рассмотрения такова:

- динамическое моделирование численности изолированной популяции с дискретным размножением:

а) при отсутствии внутривидовой конкуренции;

б) при наличии внутривидовой конкуренции;

- динамическое моделирование численности изолированной популяции с непрерывным размножением:

а) при отсутствии внутривидовой конкуренции;

б) при наличии внутривидовой конкуренции;

- динамическое моделирование взаимодействия популяций:

а) состоящих в отношениях межвидовой конкуренции;

б) состоящих в отношениях "хищник—жертва";

- имитационное моделирование развития популяции и взаимодействия популяций.

Обсудим методику построения и исследования моделей такого рода на нескольких примерах.

Пример 1. Моделирование развития изолированной популяции с дискретным размножением с учетом внутривидовой конкуренции.

Рассматриваются биологические виды, для которых потомки и предки не сосуществуют во времени (многочисленные растения, насекомые и

др.). Тогда последовательные значения численности популяции можно представить N_0, N_1, \dots

Если нет никаких причин ограничения численности популяции, тогда возникает простейшая очевидная модель: $N_{t+1} = R \cdot N_t$, где R — коэффициент воспроизводства. Решение этой модели очевидно:

$N_t = N_0 \cdot R^t$ и при $R > 1$ численность популяции нарастает по геометрической прогрессии.

Даже эта простейшая модель заслуживает обсуждения. Она выражает то, что в литературе иногда называют "законом Мальтуса".

Очевидно, что неограниченно долго возрастать популяция не может. Простейший способ учета внутривидовой конкуренции связан с гипотезой о том, что коэффициент воспроизводства не есть константа, а зависит от численности популяции, спадая по мере ее роста. На этом этапе следует разъяснить учащимся методику построения моделей в сфере знаний, где основным способом исследования являются наблюдения, в которой точные математические законы отсутствуют в силу сложности системы (в отличие от, например, физики). В такой ситуации делаются достаточно произвольные допущения, в значительной мере оправдываемые простотой, а полезность модели определяется путем сопоставления ее решений с закономерностями поведения реальных систем.

Проиллюстрируем это простым соображением. Итак, надо учесть, что величина R монотонно спадает с ростом величины N . Реального характера этого спада мы не знаем; его можно представить множеством способов с использованием общеизвестных элементарных функций, а если надо, то и выходом из этого класса.

Модель, в основу которой положена простейшая из таких функций, выглядит следующим образом:

$$N_{t+1} = \frac{R \cdot N_t}{1 + \alpha \cdot N_t}$$

Полезность модели следует из того, что описываемое ею поведение численности популяций многократно наблюдалось экологами в природе.

Далее ставим вопрос: достаточно ли этой модели для качественного описания развития любой популяции с дискретным размножением? Наблюдалась ли качественно иные динамики развития таких популяций? Ответ должен быть положительным: в природе наблюдаются и существенно более сложные процессы, нежели монотонное возрастание численности популяции с выходом на стационар, предсказываемое описанной выше

моделью. Поэтому продолжаем поиск более адекватных моделей.

В частности, целесообразно рассмотреть модель, предсказывающую четыре качественно разных типа динамики численности популяций (в зависимости от соотношения значений параметров): монотонное возрастание с выходом на стационар, колебательное установление численности, регулярное колебательное изменение (так называемые "предельные циклы") и хаотическое поведение без каких-либо видимых закономерностей. Все эти типы динамик наблюдаются в природе.

Заметно иной является методика построения имитационных моделей экологических процессов.

Пример 2. Разработать имитационную модель системы "хищник—жертва" по следующей схеме.

"Остров" размером 20×20 заселен дикими кроликами, волками и волчицами. Имеется по несколько представителей каждого вида. Кролики в каждый момент времени с одинаковой вероятностью $1/9$ передвигаются в один из восьми соседних квадратов (за исключением участков, ограниченных береговой линией) или просто сидят неподвижно. Каждый кролик с вероятностью $0,2$ превращается в двух кроликов. Каждая волчица передвигается случайным образом, пока в одном из соседних восьми квадратов не окажется кролик, за которым она охотится. Если волчица и кролик оказываются в одном квадрате, волчица съедает кролика и получает одно очко. В противном случае она теряет $0,1$ очка.

Волки и волчицы с нулевым количеством очков умирают.

В начальный момент времени все волки и волчицы имеют 1 очко.

Волк ведет себя подобно волчице до тех пор, пока в соседних квадратах не исчезнут все кролики; тогда, если волчица находится в одном из восьми близлежащих квадратов, волк гонится за ней.

Если волк и волчица окажутся в одном квадрате и там нет кролика, которого нужно съесть, они производят потомство случайного пола.

Задание: понаблюдать за изменением популяции в течение некоторого периода времени. Проследить, как сказываются на эволюции популяций изменения параметров модели.

Что же касается моделирования состояния окружающей среды, то оно почти всегда существенно сложнее, и в школьном курсе информатики представляется нецелесообразным заниматься реализацией таких моделей на уроках. Это не исключает возможности эксперимента с готовыми моделями подобного рода.

Литература:

1. Математические модели в экологии. Библиографический указатель отечественных работ / Под ред. А.Д.Базыкина. ВИНТИ. М., 1981, 224 с.
2. Ляпунов А.А. Об изучении балансовых соотношений в биогеоценозе (попытка математического анализа) // Журн. общ. биол., 1968, т.296, вып.6, С. 25-32.

А. ПЕДАЙ
н.р. И.М. ФЕДИНА

РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА ПРИ ПОСТРОЕНИИ УСПЕШНОГО БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Событийный туризм сегодня – это не только перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка, но и эффективный инструмент для продвижения территории. Следует отметить, что событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Есть мнение, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события (региональное, федеральное или международное) и по тематике события.

Наиболее логичным мне кажется следующая классификация по видам:

- Национальные фестивали и праздники,
- Театрализованные шоу,
- Фестивали кино и театра,
- Гастрономические фестивали,
- Фестивали и выставки цветов,
- Модные показы,
- Аукционы,
- Фестивали музыки и музыкальные конкурсы,
- Спортивные события,
- Международные технические салоны[2].

Событийный туризм - направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и уча-

стие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм - это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма - множество ярких неповторимых моментов.

Событийный туризм – это уникальный шанс стать не только свидетелем, но и участником величайших событий в мире спорта, культуры и искусства.

Сегодня участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу - гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков.

Особенность событийного туризма в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Огромное количество болельщиков регулярно перемещаются по миру вслед за своими командами. Прочное место в событийном туризме заняла Олимпиада - летние и зимние Олимпийские игры, чемпионаты мира по различным видам спорта. В настоящее время крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются «карнавальные» туры.

В последнее время в событийный туризм прочно вошли туры на фестивали. Напомним, в России фестиваль туризм практически не развит, в то же время в других странах подобные мероприятия привлекают миллионы туристов.

Фестиваль – это массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства. Фестивали бывают национальные и международные. Это понятие пришло к нам из латыни. Слово *festivus*, от которого произошло русское «фестиваль» буквально означает «праздник» [1].

Любой, даже самый продолжительный фестиваль, имеет четкие календарные сроки его проведения. Фестивальные мероприятия проводятся в единстве заранее установленного пространства страны, региона, города, концертного или театрального зала. Фестиваль как культурная акция предполагает наличие своей аудитории, на которую ориентирована его художественная концепция.

Фестиваль отличается особой атмосферой праздника, ориентацией на показ лучших художественных коллективов и исполнителей, ориги-

нальностью репертуарного предложения, отличного от репертуара стационарных коллективов. Основная задача фестиваля - внести свежую струю в культурную жизнь страны, региона, города, создать максимально широкое поле притяжения как для профессионалов в области театра и музыки, так и для рядовых зрителей и слушателей.

Учитывая перечисленные выше особенности, представляется возможным ввести следующее рабочее определение фестиваля как организационно-художественной формы: фестиваль представляет собой серию музыкальных концертов, подчиненных сквозной художественной идее или концепции, локализованных в ограниченный календарный период в определенном географическом и культурном пространстве.

Фестивальный туризм - связан с местами проведения показов достижений музыкального, театрального, кино и др. искусств. Краснодарский край стремится к круглогодичному направлению отдыха. Для этого здесь активно развивается фестивальный туризм. В регионе уже традиционно проходят такие крупные культурные мероприятия, как "Киношок" в Анапе, "Кинотавр" и конкурс молодых исполнителей "Пять звезд" в Сочи, гидроавиасалон в Геленджике и ряд других. Дальнейшее развитие фестивального, а также прочих видов туризма направлено на привлечение молодежи на курорты края.

С 2009 г. одним из ярких событий становится традиционный сентябрьский фестиваль в станице Тамань Темрюкского района «Легенды Тамани», в рамках которого был открыт этнотуристический комплекс «Казацья станица «Атамань». Состоит он из нескольких улиц казацкой станицы, реконструированных различных подворий. Экспонаты, отражающие быт и уклад жизни казацких семей в XVIII-XX вв., собирались по станицам Кубани: есть подворья пожарного, мельника, оружейника, сапожника, цирюльника, гончара, хаты простых сельчан и даже атамана. Каждая хата содержится и закреплена за отдельным муниципальным образованием Краснодарского края. «Атамань» построена была методом народной стройки, лишь частично поддержанной краевым и муниципальными бюджетами. В рамках фестиваля «Легенды Тамани» были организованы краевой смотр-конкурс семейных реликвий «Живая история», 22-ой фестиваль фольклорных коллективов «Золотое яблоко», «Кубанские вареники» и «Голоса традиций на Атамани».

- Второй год на Кубани проводится Славянский этнофестиваль «Темнолесье». Приуроченный к празднику Купала – дню летнего солнце-

стояния. Место проведения: Краснодарский край, Апшеронский район, станция Темнолесская, территория проекта «Ярград». Уникальное энергетическое место, наполненное историей, красивейшими памятниками природы. В простонародье это место называют кавказской шамбалой. В рамках фестиваля проводится:- двухдневный open-air концерт ведущих фолк и рок коллективов, включая шоу-программу. Проведение традиционного славянского праздника Купала Соревнования клубов исторической реконструкции.

- Проведение круглых столов, тренингов по различным темам связанных со славянской традицией (история, религия, философия, здоровье и т.д.), а также встречи с интересными людьми.

- Ярмарка народного творчества и ремесла, кузнечное дело. Игры, конкурсы, пляски, хороводы, песни, веселье.

Ежегодный фестиваль виндсерфинга в ст. Голубицкой проводится в июне. Девиз фестиваля: "Спорт, молодежь, здоровый образ жизни!"

В программе фестиваля: детские и взрослые соревнования по виндсерфингу в классах: Навигатор, HiFly, Vic Techno, Fun-класс, свободный класс, и кайтсерфингу. При силе ветра 9 и более м/с проводятся соревнования в дисциплинах Slalom, Super-X и Wave. Карнавальная дискотека, выступление рок-групп. Размещение участников фестиваля на территории базы: стоянка машин, проживание в палатках или близлежащих базах отдыха. Главной задачей фестиваля является пропаганда виндсерфинга, развитие детско-юношеского спорта, привлечение любителей виндсерфинга к спортивным соревнованиям, привлечение молодежи к занятиям физкультурой и спортом и пропаганда здорового образа жизни.

В последние годы все большую популярность завоевывают Таманские фестивали. Ежегодно в первых числах августа в ст. Тамань проводится фестиваль «Таманская лоза», ведь недаром Таманский полуостров славится не только морями – Черным и Азовским, но еще и винным морем. На «Таманскую лозу» съезжаются гости не только со всего Краснодарского края, но и из всех уголков России. «Таманская лоза» проводится перед началом уборки винограда. Празднования начинаются в ст. Тамань с раннего утра. Здесь можно продегустировать и приобрести лучшую продукцию винодельческих предприятий Темрюкского района. В торговых палатках и казачьих куренях разливают лучшие вина, коньяки и коньячные напитки. Вечером на морской сцене в Таманском заливе, у парка Лермонтова, разворачивается театрализованное представление, где обычно глав-

ный герой – бог виноделия Дионис.

Байк фестиваль, уже традиционно проводимый в п. Веселовка, практически совпадает с временем проведения «Таманской лозы». Еще в конце июля по дорогам Таманского полуострова можно встретить байкеров со всей России, а в начале августа они сотрясают тишину, проезжая колоннами по всей Таманской земле. Суровые, но стильные парни и девушки на своих железных конях съезжаются к месту проведения за несколько дней до начала фестиваля. «Отрываются» байкеры на своем фестивале по полной программе и, конечно же, посмотреть на это шоу, поучаствовать в байкерских конкурсах, послушать музыку съезжаются не только байкеры, но и многочисленные гости.

В этом году поселок Веселовка, который часто называют «Янтарь» пополнит свою копилку событий проведением еще двух грандиозных музыкальных фестивалей. Это «KUBANA», который пройдет с 31 июля по 1 августа и «Дикая мята» - 2 августа. Оба фестиваля будут проводиться на диком песчаном пляже, омываемом чистыми водами Черного моря. Расположиться можно будет дикарями, на базах отдыха или в палаточном городке самого фестиваля. Фестиваль «Дикая мята» представит исполнителей столичной фолк-сцены:

На Таманской земле в августе проходит необычный арбузный фестиваль под названием «Арбузный рай». Сегодня арбузы и дыни становятся брендом Таманского полуострова. Таманские бахчеводы сотрудничают с селекционными компаниями с мировым именем. Результат такого сотрудничества – лучшие сорта арбузов и дынь, выращенных на Таманских полях. Фестиваль «Арбузный рай» проходит в п. Стрелка 15 августа. В программе бесплатная дегустация арбузов и дынь, конкурсы и главный приз – центнер арбузов.

Один из известных международных фестивалей, проходящих на кубанской земле фестиваль славянской культуры. На фестиваль приезжают более 50 тысяч зрителей из разных уголков России, чтобы познакомиться с кубанской культурой, укладом жизни, обычаями и обрядами, песнями, плясками кубанских казаков, отведать блюда кубанской кухни, приготовленные на "кабыцях" – кубанских печах, принять участие в народных гуляниях, казачьих играх, скачках и джигитовке, экскурсионных программах". Ежегодно в нем принимают участие около 500 хоровых, вокальных, танцевальных ансамблей, детских фольклорных коллективов и народных исполнителей. Участниками фестиваля являются творческие коллективы

из Украины, Белоруссии, Болгарии, Сербии, Польши, Хорватии, Самары, Астрахани, Воронежа, Волгоградской, Ростовской, Липецкой, Оренбургской, Пензенской областей, Калмыкии, Северной Осетии, Дагестана, Ингушетии, Ставропольского края[5]. Они представят свое искусство на лучших сценических площадках города Славянск-на-Кубани и ближайших станицах и хуторах".

Фестиваль славянской культуры – яркий праздник народной культуры, который помогает сохранять и возрождать традиции, обычаи и уклад жизни славянских народов, а также укреплять культурные и общественные отношения между странами и российскими регионами.

В рамках фестиваля проходят:

- концертные выступления на лучших площадках города и района;
- экскурсионные программы;
- церемонии торжественного открытия и закрытия фестиваля;
- парад участников, представления творческих коллективов и гала-концерт;
- научно-практическая конференция по теме: «Традиционная культура славянских народов в современном социокультурном пространстве»;
- гуляния с демонстрацией народных игр и обрядов;
- выставки-продажи ремесленного искусства.

Именно здесь, в кубанском городе, история которого начинается от фактории генуэзских купцов Ла Копы, турецкого Копыла до современного города хлеборобов и нефтяников, рыбаков и рисоводов, студентов и садоводов, около полутора веков носящего славное имя – Славянск-на-Кубани, родилась идея организовать Международный фестиваль славянской культуры[5].

Фестиваль славянской культуры, задуманный как стремление людей, живущих бок о бок, к объединению, сохранению и развитию добрососедских отношений, самобытных культурных традиций, стал символом высокой духовности и единства, к которому, как к чистому роднику, обращены взоры братьев-славян и народов, стремящихся сохранить свою самобытность.

Фестиваль в Славянске-на-Кубани собирает искренних и верных друзей, чья музыка, песни, танцы сближают и объединяют. Ведь искусство, как известно, одна из лучших форм народной дипломатии. Оно роднит людей независимо от национальности и религиозных убеждений, сближает государства и целые народы.

Стремление к единению, миру и дружбе через искусство делает фестиваль уникальным культурным событием, долгожданной встречей.

Литература:

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – М.: Высшее образование, 2008.
2. Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. - 2007. - № 6. - С. 116-119.
3. Методические рекомендации по организации фестивальных туров. М.: ЦРИБ Турист, 2002. 168 с.
4. URL: <http://letopisi.ru> Будущее фестивальной формулы: быстрое увеличение/Клаич Драган.
5. URL: <http://www.slavyansk.ru> Пресс-служба МО Славянский район.

А. ПОГОРЛЕЦКИЙ
н.р. Е.В. КРОХМАЛЬ

ПРИМЕНЕНИЕ ТУР ГИДОВ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В последнее время техническая сторона экскурсионного бизнеса активно развивается не только во всей России, но и в Краснодарском крае. Данный процесс развития позволяет качественно, комфортно и эффективно представить широкую географию достопримечательностей Кубани. Современные экскурсанты знакомятся с точками экскурсионного показа по средствам фильмов, рассказов экскурсоводов, тематической литературы, но временные условия, а именно информационно коммуникационные технологии, позволяют усовершенствовать процесс передачи, получения, анализа и воспроизведения информации. Благодаря разработкам российских инженеров, качество экскурсий становится выше. Одновременно с положительной динамикой качества экскурсионных мероприятий улучшаются условия работы гидов. В данной статье мы знакомим читателя с необходимостью применения гидами (экскурсоводами) тур гида как эффективного средства повышения качества осуществляемой профессиональной деятельности.

Тур гид (радио-гид) – это экскурсионное оборудование, состоящее из передатчика гида и приемников по количеству слушателей. Именно тур гиды на сегодняшний день становятся незаменимой вещью для организаторов и участников экскурсии. Их используют в музеях (где возникает необходимость говорить тихо, с целью соблюдения правил этикета), а также для проведения экскурсий на улице (где шум города перебивает речь гида).

Система радио гид, может работать на удалении до 200 метров от передатчика гида на открытом пространстве и до 70 метров в условиях проведения экскурсии на заводе, в музее и т.д., где присутствуют преграды в виде стен и различных конструкций, нередко выполненных из железобетона.

При получении индивидуального радио-гида каждый из туристов может спокойно наслаждаться чистой и понятной речью экскурсовода. Благодаря современным технологиям радио-гиды не создают помех при передаче голоса, не позволяют отстать членам экскурсии от группы (как только экскурсант перестает слышать гида в наушниках, он понимает, что отошел слишком далеко и пора догонять группу), значительно облегчают работу гида.

Не секрет, что труд гида требует максимальной отдачи. Во время экскурсий гид должен говорить четко и громко, чтобы каждый экскурсант мог его услышать и понять всю суть информации. Чтобы беречь связки и голос экскурсовода, а также сделать экскурсию для группы более комфортной, у гида свой современный микрофон. Он аккуратно закрепляется на голове или шее и не требует постоянного держания. Звук через микрофон будет доноситься чистый, без помех, не резкий. Для усиления голоса гидами применяются поясные или плечевые мегафоны позволяющие работать в активном режиме.

Необходимо отметить, что тур гид идеально подходит для экскурсий в местах с повышенным шумовым фоном, т.к. оборудование имеет достаточный запас уровня громкости на экскурсионных приёмниках и уровень выходного сигнала радиопередатчика гида, а экскурсионные наушники без искажений доносят звук до слушателя.

Тур гид (экскурсионное радиооборудование) предназначено для конечного пользователя, т.е. пользоваться оборудованием очень просто. Для начала работы необходимо включить приёмник туриста и передатчик гида простым перещёлкиванием тумблера и убедиться, что и передатчик гида и

приёмник туриста находятся на одном канале (радиочастоте). Затем, вставить туристические наушники в разъём (аналогично подключению наушников к любому плееру) и можно наслаждаться экскурсией. Радиопередатчик экскурсовода или гида, обладает возможностью работать на нескольких радиоканалах, а радиоприёмники туристов способны принимать все эти каналы. Каждая группа туристов, слушающих экскурсию с помощью экскурсионного радиооборудования, находятся на той частоте, на которой находится передатчик их гида. Кроме того, турист может самостоятельно изменить канал приёма на радиоприёмнике и прослушать именно ту программу, которая ему наиболее интересна. Тур гид для экскурсий в 10 раз безопаснее, чем использование мобильного телефона, т.е. совершенно безопасно. Количество слушателей ограничено только наличием оборудования у туристов.

Использовать тур гид можно как механизм для мобильного синхронного перевода речи. Возможность использования для проведения экскурсии с участием иностранных гостей. Для этого необходимо прибегнуть к услугам переводчика - синхрониста и снабдить его радиопередатчиком с микрофоном, а иностранцев - приёмниками с наушниками. В итоге, переводчик, слушая ведущего экскурсию, одновременно осуществляет перевод его речи и с помощью радиопередатчика доводит до иностранных слушателей снабжённых приёмниками с наушниками необходимую информацию. Таким образом, экскурсия пройдёт без задержек на последовательный перевод и информация от экскурсовода дойдёт до слушателей без искажения, даже при проведении экскурсии в шумном помещении.

В связи с олимпиадой 2014 года, увеличением числа отдыхающих на курортах Краснодарского края, качественного и комфортного их обслуживания использование тур гида, по нашему мнению, является более чем уместно. Безусловно, данное направление только развивается, поэтому у нас возник интерес по его изучению. Результаты дальнейших исследований будут отражены в последующих статьях и курсовом исследовании.

Литература и источники:

1. Гипикова С.С., Ленкова М.И. Современный сервис: проблемы и перспективы развития/5-е Твердовские чтения// Сборник материалов Международной научно-практической конференции (туризм, рекреация, экология, образования). Научное издание /Под ред. доцента А.А. Самойленко, профессора А.А. Горбачева. – Краснодар, 2013. 440 с., 302-306.

2. Горбачева Д.А., Горбачева В.А., Назарова Е.В. Анализ предпочте-

ний на основе потребительской оценки туристических услуг// Сборник материалов Международной научно-практической конференции (туризм, рекреация, экология, образования). Научное издание / Под ред. доцента А.А. Самойленко, профессора А.А. Горбачева. – Краснодар, 2013. 440с., 307-311.

3. <http://www.radio-guide.ru/>

А. ПОГОРЛЕЦКИЙ
н.р. А.Н. КОЛЕСНИКОВА

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

С переходом России на рыночные рельсы в 90-ых годах особенно актуально встал вопрос об экономическом образовании. Человек, имеющий диплом экономиста, считался (да и считается до сих пор) успешным, перспективным специалистом, для которого в сложившейся конъюнктуре рынка везде открыты двери. Это привело к ажиотажному спросу на экономистов в стране. Большинство вузов, не имея должной материально-технической базы, профессорско-преподавательского состава и стремясь удовлетворить этот спрос, бросилось создавать экономические факультеты, что, безусловно, не могло не сказаться на качестве образования. Многие школы и вузы, зачастую в ущерб развитию других факультетов и специальностей, сконцентрировали все свое внимание и средства на экономическом образовании. Подталкивала к этому и растущая с годами конкуренция между учебными заведениями. Им пришлось выбирать между выполнением своих непосредственных обязанностей – обучением – и необходимостью роста вширь, а не вглубь. Многие предпочли расширение внутреннему развитию и совершенствованию (1).

Молодые люди, обучающиеся в школах, техникумах, вузах и других учебных заведениях, перестали интересоваться учебой как таковой. Целью стало получение не объективных знаний, а «корочек». «Имея диплом о высшем образовании, человеку гарантировано устройство в этом мире», «без высшего образования никуда» - подобные заявления часто можно услышать в нашем обществе. К сожалению, рынок только стимулирует подобное стремление. Сейчас, чтобы устроиться простым продавцом в киоск, требуется иметь диплом о высшем образовании. Люди стремятся повы-

свить себе статус получением высшего образование. Вот только когда высшее образование становится полностью доступным для всех без разбору, когда студентов тянут до последнего, высшее образование перестает быть высшим. Быть может, именно поэтому за границей российские дипломы ничего не значат? Доверие сохранилось только к советским дипломам о высшем образовании, а не к современным российским. Сейчас принято ругать советскую систему образования, считать ее старомодной, не отвечающей современным тенденциям. В таком случае в современной системе все еще хуже. Иначе как объяснить такое «доверие» иностранцев к нашим стандартам образования?

Современное высшее образование претерпело серьезные изменения за последние 20 лет. Практически оно ушло в свободное плавание. Вузам пришлось решать множество проблем, которые до этого за них решало государство. Большинство этих проблем требовало крупных денежных вливаний, которые и привели к высокой степени коммерциализации российского образования, начиная от платных пересдач сессии, заканчивая внебюджетным обучением. Вузам надо было выживать, а для этого нужны были деньги. И много денег. А если финансовые поступления от государства уменьшались, то деньги можно было брать у потребителей – абитуриентов. А чтобы абитуриентов привлечь, надо было сделать высшее образование более доступным. Что и произошло. Как уже говорилось ранее, множество вузов предпочло поставить во главу угла увеличение численности обучаемых, а уже потом качество предоставляемых знаний. Хочется поругать наше высшее образование, которое, по сути, само загнало себя в эту ловушку. Но нельзя. Большая доля вины лежит на государстве, которое бросило образование на произвол судьбы и только сейчас, опомнившись, взялось за некоторые преобразования. Сейчас же перед высшей школой стоит множество задач по совершенствованию и доведению образовательного процесса до должного уровня.

Здесь мы рассмотрим компоненты, без которых не может существовать вуз: профессорско-преподавательский состав, материально-техническое оснащение и, конечно, сами студенты.

Вуз – символ прогресса. Современный университет должен быть укомплектован самым совершенным техническим оборудованием. Это касается как обустройства научных лабораторий, так и простых аудиторий.

Каждый факультет должен иметь доступ к сети Интернет, а так же ко множеству сетевых научных библиотек. Повсеместно должны вводиться

мультимедийные средства обучения. Так лекционные занятия могут превратиться из занудной надиктовки материала в увлекательный процесс уяснения получаемых знаний. Как минимум это приведет к сокращению времени на рисование различных диаграмм, формул и т.п. и позволит тратить больше времени на комментарии и разъяснения. Университет должен обеспечить студентов учебными площадями. Эта проблема получила широкое распространение в сегодняшней высшей школе. Причину ее мы уже упоминали и не раз: стремление набрать как можно больше студентов в ущерб качеству преподавания.

Большую роль играет степень обеспеченности научных библиотек отечественной и зарубежной периодической литературой. Помочь здесь могут различные международные проекты сотрудничества. Серьезное внимание следует обратить на качество учебников. Литература же, выдаваемая библиотеками, зачастую написана недоступным языком. Мало того, что она изобилует множеством терминов, так еще авторы грешат – любят пофилософствовать (всем понятно, что в философии сильных студентов при современном уровне развития образования попросту нет). Поэтому создание комплекса универсальных учебников для «новичков» актуально и здесь.

Всем известно, что качество подготовки абитуриентов, поступающих в вузы, с каждым годом снижается. Как говорят сами преподаватели, «везде пустые лица». Что же, эту проблему не исправить ни за год, ни за два, а ведь какие-то шаги надо делать. Начнем с дисциплины. Во-первых, посещаемость. Если посещаемость студентом лекций и семинаров хотя бы одного предмета низка (составляет, скажем, около 40% от общего числа часов, отведенных на предмет), то ставится вопрос об отчислении (если нет уважительной причины).

Во-вторых, запрет совмещения учебы с работой. Допускается только производственная практика и работа в университете. В случае нарушения – прекращение выплаты стипендий (такое возможно только на бюджетных отделениях). Можно проработать и другие виды наказаний.

Здесь надо оговориться, что подобный род наказания возможен будет только при больших стипендиях. Пока же государство стипендиями студентов не балует. В-третьих, соблюдение элементарных правил поведения в обществе. В случае оскорбления преподавателя, появления в нетрезвом виде, вульгарного поведения – отчисление.

Важно понять, что смотреть «сквозь пальцы» на подобные нарушения нельзя. Это ведет к элементарному подрыву авторитета преподавателей. А если студент знает, что может сделать почти ВСЕ, что ему угодно, и при этом выйти сухим из воды, то ни о какой дисциплине не может быть и речи. Пример может быть заразителен для окружающих. Стимулирование их активности заключено в самоуправлении. Силен тот вуз, где активен студенческий профком. В подобных студенческих организациях концентрируются наиболее активные представители молодежи. Профком должен отстаивать интересы студентов на макроуровне (на уровне всего вуза), организовывать развлекательные мероприятия, направленные на развитие сплоченности и т.п. Представляется целесообразным создание внутри факультетов «мини» профкомов. Ими вполне могут стать старостаты. Старостаты должны повсеместно вводиться в университетах. Что же такое старостат? Старостат - это совещательный студенческий орган при деканате факультета. Членами старостата могут быть как сами старосты - их зачастую выбирают сами преподаватели - так и члены профкома, которые выбираются студентами. Раз в неделю либо в месяц (в зависимости от численности учащихся на факультете и насыщенности факультетской жизни) проходит созыв старостата, на котором держится совет между студентами-активистами и преподавателями. На повестке дня могут находиться вопросы общей успеваемости, посещаемости, организации научных и развлекательных мероприятий. Старостат должен совместно с деканатом определять политику, проводимую на факультете, так как, являясь представительным органом студенчества, члены старостата зачастую владеют более объективной информацией о творящемся в «сердце» факультета - его студентах. Огромную роль должно играть взаимодействие между преподавателями и студентами. Всяческое стимулирование и поощрение совместных работ, исследований должно стать нормой. Преподаватель не должен бегать за студентами — это студенты должны искать преподавателя.

«Человек не может по-настоящему усовершенствоваться, если не помогает усовершенствоваться другим». Ч.Диккенс (2).

Таким образом, развитие и совершенствование системы образования зависит от воли правительства России и администрации вузов. Кризис — время перемен. Именно в кризисы рождались гениальные идеи, свершались грандиозные преобразования. Сейчас вузы формируют политический, экономический и культурный истеблишмент нации, и от того, каким вы-

растит этот истеблишмент, зависит будущее страны. Так давайте уже задумаемся над этим будущим.

Источники:

1. http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/11443ml?no_cache=1&cHash=0efa013355
2. http://www.detskiysad.ru/aforizm/citaty_dikkens.html
3. <http://www1.ege.edu.ru/images/stories/stat2008/2008/4.3.13.xls> - здесь можно сравнить результаты ЕГЭ по различным предметам в 2005 г., 2006 г., 2008 г.)
4. http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_11/IssWWW.exe/Stg/d01/08-10.htm

А. ПОДКОЛЗИНА
н.р. Л.А. ЛАЗАРЕНКО

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ГИДОМ РОССИЙСКОГО СТУДЕНТА В ИНДИИ

Если в жизни чего-то очень хотеть, то оно обязательно сбудется. Поездка в Индию это была мечта с детства. А поработать там полгода это вообще было из области фантастики. Мечты сбываются, и вот я лечу работать в Гоа гидом. В одно из самых замечательных мест на земле.

Гоа – это вовсе не экзотический остров как многие думают. Это всего лишь самый маленький из двадцати восьми штатов Индии, с длиной береговой линии чуть более 100 километров. Бывшая Португальская колония, освободившаяся от оккупантов только в 1961-м году, и получившая статус самостоятельного штата в 1987-м. Представляет из себя, по сути, индийскую провинцию, множество деревень, и всего четыре более или менее крупных городка – Васко-Да-Гама, столица штата - Панаджи, торговый центр Северного Гоа - Мапса и Маргао - бизнес и торговый центр Южного Гоа.

Площадь Гоа составляет всего 3702 км², протяженность с севера на юг 105 км, с запада на восток максимально 65 км. Население— 1 457 723 человек. Гоа расположен в средней части западного побережья Индии. На севере он граничит со штатом Махараштра, на юге и востоке — с Карнаткой, на западе омывается Аравийским морем.

Известность и популярность это место обрело после того, как в конце 60-х сюда начали приезжать хиппи и прочие неформалы. Гоа стал пре-

вращаться в некое подобие курорта. С надеждой, амбициями и планами превратиться в настоящий курорт, но в данный момент, все еще, далеко не дотягивающий до этого уровня. В итоге Гоа это неповторимый микс былого хиппанского духа, раздолбайской индийской действительности, кокосовых пальм, яркого солнца и теплого моря.

Гоа территориально делится на Северное и Южное. От этого зависит и отдых. Если вы предпочитаете размеренный, семейный отдых с более или менее хорошим сервисом и комфортабельным отелем это Южное Гоа. А если вы предпочитаете недорогой и непритязательный отдых, с обилием кафе, ресторанчиков, баров, блошиных рынков и ночных клубов с «транс-пати» и хиппи вечеринками это Северное Гоа.

Устроиться работать гидом в Индию российскому студенту это не сложно. Достаточно пройти собеседование в компании, которая предлагает работу в Индии, знание истории, культуры, традиций Индии, знание английского языка. И не мало важный фактор: эту страну надо любить, понимать и воспринимать её такой, какая она есть. В функции гида входит: встреча туристов в аэропорту, трансферт аэропорт-отель-аэропорт, помощь в размещении, сопровождение и ведение экскурсий. Но работать с российским туристом тяжело. Нужно уметь общаться с людьми, быть терпеливым, спокойным, услужливым. Важно понимать предмет разговора. Люди попадаются разные, бывают туристы и сами достаточно знают о стране, так что нужно уметь поддержать разговор. К экскурсиям вас никто не готовит. Готовиться надо самостоятельно и тщательно. Литературу лучше подготовить ещё в России. Экскурсий в Гоа много, все они разноплановые. Это начиная от исторических экскурсий по Гоа с большим количеством католических церквей и индуистских храмов посвященных многочисленным индийским богам, поездка на плантацию специй, поездка на водопад к обезьянам, катание на слонах, посещение местной гоанской деревушки и знакомство с бытом, ремеслами и продуктами труда местных жителей до посещения с туристами шопинга (где основная задача гида помочь туристу потратить как можно больше денег). Есть экскурсии, где надо выезжать за пределы штата и экскурсия длится несколько дней. Гиду надо быть готовым успокаивать русского туриста. Дороги в Индии специфические, движение хаотичное, светофоры отсутствуют, но разрешены звуковые сигналы. Дороги узкие, тротуаров нет, ходить по дорогам небезопасно. Транспорт не всегда комфортабельный. Сервис в Гоа оставляет желать лучшего, что связано с работоспособностью местных жителей. Индийцы ведут раз-

меренный, спокойный, умиротворенный, медлительный образ жизни. Гиду надо быть готовым к спокойному диалогу с местными жителями. Ни в коем случае не кричать на них и не выражать агрессию, не применять физическую силу. Индийцы, изначально очень позитивный и неконфликтный народ. Они всё сделают, но не сразу.

В Гоа царит своя особая атмосфера. Это место, куда хочется вернуться. В Индии сильная энергетика, поскольку это страна древней цивилизации и родина древних религий. Здесь мысли и желания легко материализуются. Несмотря на то, что сама по себе Индия бедная и грязная страна, люди в ней живут жизнерадостные и добрые. Они верят, что нынешняя их жизнь не последняя, а лишь одна из череды множества перерождений. И это значит, что, если в этой жизни не все гладко и приходится страдать, то следующая уж точно выдастся лучше. И индусов вполне устраивает жизнь в гармонии с окружающим миром, с природой родной земли. Улыбки на лицах встречаемых, совсем незнакомых людей, в порядке вещей. Но улыбка индуса, все же, отличается от всех других настоящей искренностью и доброжелательностью.

В заключение хочется сказать, если вы хотите ощутить весь колорит индийской жизни, познакомиться с интересными людьми, у вас жажда приключений, вам хочется теплого климата и экзотики, ощутить свободу и радость, познать себя. Вам стоит поехать работать гидом в Индию.

А. ПОЛИКАРПОВ
н.р. А.Н. КОЛЕСНИКОВА

НЕОБХОДИМОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Образование – процесс и результат усвоения определенной системы знаний и обеспечение на этой основе соответствующего уровня развития личности. Традиционно образование получают в процессе обучения и воспитания в учебных заведениях под руководством педагогов. Образование в буквальном смысле слова означает создание образа, некую завершенность воспитания в соответствии с определенной возрастной ступенью. Поэтому образование нередко трактуют как результат усвоения человеком опыта поколений в виде определенного объема систематизированных знаний, навыков, умений, способов мышления, которыми овладел обучаемый. В этом

случае говорят об образованном человеке. Образованность – качество развившейся личности, усвоившей общечеловеческий опыт, с помощью которого она становится способной ориентироваться в среде, приспосабливаться к ней, охранять и обогащать ее, приобретать о ней новые знания и посредством этого непрерывно совершенствовать себя, т.е. опять повышать свою образованность. Следовательно, главный критерий образованности – системность знаний и системность мышления, проявляется в способности самостоятельно восстанавливать недостающие звенья в системе знаний с помощью логических рассуждений.

Можно назвать, по крайней мере, три основных проблемы современной системы образования:

Первая – это качество образования, которое должно соответствовать не только требованиям стремительно меняющегося настоящего, но и быть настроенным на отдаленное будущее. Если получать знания, которые актуальны в момент обучения, то к окончанию вуза или через пару лет они будут полностью устаревшими, и к тому же не возникнет целостного видения системы профессиональных знаний.

Вторая проблема – прагматическая ориентация, для которой характерна система образования, не содействующая развитию личности. Основным путем решения этой проблемы может явиться «развивающее» образование, при котором идет развитие личности обучающегося благодаря использованию гибкого проблемного обучения, креативных информационных технологий.

С корочкой об окончании вуза «легче в жизни». Но так ли нужно высшее образование и такое ли оно высшее, как указано в аккредитации? Например, в стране функционирует около 200 заведений. При этом на рынке котируются выпускники максимум семи из них. Для чего существуют остальные?

Третья проблема – недоступность качественного образования для каждого обучающегося. Самым продуктивным в решении этой проблемы является информационная поддержка образования: телекоммуникационные технологии, доступность базы данных и, конечно, дистанционное образование (1).

Но это только поверхностные проблемы образования, если капнуть глубже, можно увидеть еще несколько не маловажных проблем, такие как взятки и хамское поведение студентов по отношению к преподавателям (нередко и наоборот).

«Она — ужасный человек, — рассказывает о своей преподавательнице Инна, студентка-заочница одного из столичных вузов. — С ней невозможно договориться! Оценки ставит за знания, еще и издевается». Оказывается, такие преподаватели сейчас редкость. Со всеми остальными вопросы по сдаче зачетов или экзаменов решаются быстрее и проще. К кому-то, конечно, приходится присматриваться и принохиваться, остальные четко и заблаговременно сообщают о своих расценках и приоритетах.

Знакомый преподаватель рассудил так: «Кому нужно, тот выучится и без меня. Или подойдет, спросит совета». При этом негодует: мол, сколько дураков поступило в их вуз и совершенно непонятно зачем. «Я бы их и в ПТУ не пустил, будь моя воля. Не моя миссия их учить, они сами не хотят учиться, но платят, а значит, диплом все равно получают, буду я брать при этом взятки или нет», — сетует он.

Слушая откровения обеих сторон, порой складывается впечатление, что и те и другие запутались. В крайнем случае, просто устали от сложившейся ситуации, но менять, судя по всему, ничего не собираются.

Так, некоторые студенты возмущаются, дескать, чему нас могут научить те, кто тупо читает тексты чужих конспектов времен СССР.

Парад нелестных отзывов учащихся можно продолжать. «Я хочу разбираться в финансах. Но финансист лишний раз ничего не объяснит. Если не понимаешь, ты автоматически — тупой, а кинешь ему в зачетку деньги, становишься умным». Или же: «Как я могу заинтересоваться предметом, если нам сразу сказали: без денег ни зачет, ни экзамен не сдашь. После такого сообщения хочется что-то учить? Нет. Мне проще заплатить и пойти что-то почитать самому, чем слышать противный голос преподавателя. Зачем я поступал, непонятно».

Преподавателям, в свою очередь, тоже есть что предъявить. «Смотрю на них — стадо какое-то. Гогочут, толкаются, тупят. Сразу выбираю для себя человек пять, в лучшем случае. С ними и работаю, — рассказывает знакомый педагог. — Все остальные — пародия на студентов. Там пять классов на лбу написано, и все — стоп, пропасть». Другой ему вторит, мол, многие и вовсе не настроены учиться: заплатили и рады. А преподаватели нужны лишь для того, чтобы о них ноги вытирать (5).

И вот она, на мой взгляд, самая основная проблема, хамское поведение студентов с преподавателями. С каждым годом число таких индивидов растет, все больше студентов начали думать, что если они заплатили, то им позволено все. Но это далеко не так. И тут встает вопрос, что делать пре-

подавателям, ведь они не могут выгнать с занятия такого студента, не могут поругать его, они могут лишь пожаловаться декану, а тот в свою очередь сделает только замечание по поведению. Но понятно, что это замечание никак не сможет повлиять на поведение такого студента, эта проблема идет еще с воспитания !

На мой взгляд, необходимо дать преподавателям больше прав, и наверно начать применять санкции к хамам, которые не хотят учиться сами и постоянно отвлекают остальных. И просто необходимо чтобы уважение к преподавателю в первую очередь прививали родители и педагоги в школе.

Еще одной немаловажной проблемой, я бы выделил - доступность высшего образования.

Дети из семей с низким ресурсным потенциалом сейчас в массовом порядке поступают в вузы, но это поступление перестало выполнять традиционную для высшего образования роль - роль социального лифта. Как правило, по окончании высшего учебного заведения они обнаруживают, что высшее образование не дает им ни дохода, ни социального статуса.

Наступает разочарование. Это особенно тяжело для малообеспеченных семей, поскольку они, послав ребенка в вуз, как правило, уже исчерпали все возможности для социального рывка. Более состоятельные семьи, обнаружив несоответствие полученного образования их ожиданиям, делают ставку на получение второго высшего образования или же какой-то иной престижной образовательной программы.

В ходе исследований, было выявлено, что в российском обществе получение двух высших образований становится новой социальной нормой. О желании получить два высших образования заявляют 20% лиц в возрасте 13-15 лет, в том числе 25% молодых людей в столицах и 28% в семьях специалистов.

Таким образом, образовательные карьеры становятся все более сложными, предполагающими постоянный выбор. Соответственно, проблема доступности высшего образования изменяется, встраивается в новый социальный и экономический контекст.

Важно также учитывать, что поступление в вуз не решает всех проблем - это только начало пути. Престижный вуз надо еще закончить. И это в последние годы становится самостоятельной проблемой.

Доступность высшего образования зависит и от того, как государство будет его финансировать. Большинство населения продолжает считать, что образование, в том числе и высшее, должно быть бесплатным. При

этом стоимость обучения, как в государственном, так и в негосударственном секторе высшего образования постоянно растет.

В престижных высших учебных заведениях плата за обучение может превышать средние показатели в 2-10 раз в зависимости от типа вуза и специальности, а также от местоположения учебного заведения.

Значительные средства тратятся семьями не только на обучение в вузе, но и на поступление в высшую школу. По данным социологических исследований, на переход «школа-вуз» тратится семьями около 80 млрд. руб. Это большие деньги, поэтому изменение правил приема в вузы неизбежно затронет чьи-то материальные интересы. В указанной выше сумме самая большая доля приходится на репетиторство.

Родители склонны считать, что «учиться в известном вузе можно бесплатно, но поступить в него без денег уже нельзя». Альтернативой деньгам выступают связи. В «обычном» вузе пока еще может оказаться достаточно собственно знаний, но сами знания уже дифференцируются на просто знания, и знания с учетом требований «конкретного вуза». А эти знания дают только либо курсы при вузе, либо опять-таки репетиторы.

Крайне высокая доля тех, кто считает необходимым задействовать при поступлении в вуз деньги и связи свидетельствует о том, что в общественном мнении возникают устойчивые клише, в какой вуз можно поступить «без денег», а в какой «только с деньгами или со связями». Соответственно, выстраиваются стратегии поступления, делается выбор вуза, и формируются представления о доступности или недоступности высшего образования у различных групп населения. Характерно, что понятие доступности все чаще дополняется словами «качественного образования». В этом контексте уже значимо не то, что высшее образование вообще стало доступным, а то, что его определенные сегменты стали еще более недоступными (1).

В современном обществе повышение уровня образования, безусловно, является личным достижением человека, но не определяет его дальнейшую судьбу. Для некоторой части современной молодежи получение образования вообще утратило свою мотивационную силу, так как привлекательной в настоящее время является деятельность или профессия, обеспечивающая солидное и быстрое вознаграждение. Престижными стали «деловые способности» - умение вертеться, находить нужные связи, зарабатывать любыми средствами. В целом социально-экономическое положение человека стало зависеть не только от его образования и квалификации,

но и от сферы, в которой он работает (коммерческой или производственной), на негосударственном или государственном предприятии, в иностранной или российской фирме.

Все так же остро стоит проблема разногласий в профессиональных предпочтениях молодых людей и потребностью в этих профессиях работодателей. Зачастую, только что окончив учебное заведение и получив специальность, им приходится устраиваться на работу по другой профессии или же переучиваться. Данное утверждение актуально и для лиц старшего возраста. На рынке труда среди трудоспособных граждан присутствуют люди, которые получили свою профессию и образование в прежней системе хозяйствования, а в современной экономике их профессиональные и рабочие навыки не находят применения. В такой ситуации неминуемо появление и увеличение числа безработных. Безработица сегодня стала одним из массовых каналов социальной мобильности, причем затрагивает чаще всего неквалифицированных работников и высококвалифицированные кадры с навыками, не привязанными к конкретному производству (2).

Став безработным, человек может проявить себя трояко: он может повысить, понизить или сохранить свой статус. Самые мобильные и инициативные из безработных овладевают новыми профессиями, организуют собственное дело. Однако подобный путь требует концентрации времени, сил и материальных затрат. Очень часто смена профессии вследствие безработицы приводит к нисходящей социальной мобильности.

Влияние образования на социальную мобильность общества неоднозначно. Рост уровня образования не может считаться фактором, определяющим социальное восхождение. Он оказывается таковым лишь во взаимодействии с другими факторами, определяющими положение индивида в обществе. Сегодня это – соответствие выбранной профессии потребностям экономики и общества, личные качества, конкурентоспособность (3).

Поиск наиболее рациональных путей обновления всех ступеней народного образования потребует от социологии еще больших усилий по всестороннему анализу реального положения, определения тенденций его развития, а также участия в решении назревших проблем формирования интеллектуального потенциала страны.

Образование, являясь «культурным орудием», без которого наша сознательная жизнь и психика, предоставленные природным процессам, являли бы собой хаос и беспорядок, приобщая молодое поколение к культуре вчерашнего и сегодняшнего дня, формируя мировоззрение дня зав-

трашнего.

Поэтому понятие существования не только имеет биологическое значение, оно подразумевает весь понятийный аппарат человека, способ мышления, воплощающийся в его деятельности, в способах взаимодействия с окружающей действительностью и в определении своего места в ней. Понятие социализации как функции образования, понимаемое как «процесс и результат включения растущего человека в общество, благодаря усвоению и более или менее активному воспроизводству личностью социального опыта, исторически накопленной культуры», сегодня должно быть расширено до уровня усвоения и включения личности в общецивилизационное мировоззренческое пространство, где образование является ведущим и определяющим фактором (4).

Литература и источники:

1. Антонов А.С. Доступность образования как социальная проблема (дифференциация доступа к высшему образованию и отношение к ней населения)/ Институт социологии РАН, Москва, 2009.

2. Иващенко Ф.И. Задачи по общей, возрастной и педагогической психологии. Мн., 1999.

3. Социальные проблемы образования: методология, теория, технологии. Сборник статей. – Саратов, 1999. – С.46-47.

4. <http://focus.ua/>

Е. ПРОКОПЕНКО
н.р. С.А. ОЛЬШАНСКАЯ

РАЗВИТИЕ ЭКСКУРСИОННОГО ДЕЛА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

19 августа 2011 г. было опубликовано Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 “О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)", которое должно регулировать деятельность всех фирм и предприятий, связанных с туриндустрией и способствовать улучшению условий для отдыха российских граждан и гостей из-за рубежа. Во многих странах мира туризм – основной источник дохода, это отрасль экономики, в которой занято основное количество трудоспособных граждан. При этом доля участия государственных структур на рынке туриндустрии минимально.

Это тот сегмент рынка, который дает возможность развития малого и среднего бизнеса, способствует росту занятости населения (1).

В конце прошлого века произошла ломка всей туристской отрасли в нашей стране. Туризм из государственного, общенародного дела стал во времена перестройки сферой коммерческой деятельности. Исчез Центральный совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС, а вместе с ним и Главное экскурсионное управление, руководившее и направлявшее всю экскурсионную работу в стране. Бюро путешествий и экскурсий, действовавшие на территории всего Советского Союза, были ликвидированы или превращены преимущественно в общества с ограниченной ответственностью для которых основным видом деятельности стала организация туров в места отдыха и реализация путевок на них.

В настоящее время практически не ведется подготовка новых экскурсоводов и учеба работающих. Экскурсионное дело оказалось коммерчески невыгодным.

Организацию экскурсий как основного вида коммерческой деятельности могут себе позволить лишь некоторые экскурсионные учреждения Москвы и Санкт-Петербурга, тех городов, куда направляется большой поток туристов со всей России и из-за рубежа. Лишившись государственной как материальной, так и моральной поддержки, экскурсионное дело, особенно в периферийных городах, стало чахнуть.

В настоящее время в России экскурсионное дело держится на энтузиастах, которыми движет интерес к экскурсиям, — учителях, преподавателях высших учебных заведений и просто граждан, видящих в них способ культурного развития. И таких людей в нашей стране много, поэтому экскурсионное дело не погибло. Оно стало обязательным компонентом культуры России.

Неудивительно, что в международном туристическом рейтинге наша страна в 2009 г. заняла 59 место из 133 туристически привлекательных стран. Данные эти были опубликованы на Всемирном экономическом форуме. При этом отмечалось, что по своим природным богатствам Россия занимает 5 место, а по объектам историко-культурного наследия – на 9 месте (1).

Значит, у нашей страны есть будущее для развития туристической отрасли. Но если проблемы со строительством дорог, обустройством зон отдыха и созданием придорожной инфраструктуры рядовые деятели туристической индустрии решить не могут, то проблемы качества экскурсионного об-

служивания решить в наших силах.

Отчего зависит успех экскурсии? Факторов много. Даже погода может внести существенный «вклад» в провал проводимой экскурсии. Но, конечно, решающий фактор любой экскурсии – это личность экскурсовода(2). Ведь именно от экскурсовода, его рассказа и того, как и какие отношения он выстроит с группой, зависит, захочет ли турист еще раз отправиться в организованную поездку на экскурсию.

Эмоциональный рассказ экскурсовода, интересная подача материала, подчас способны скрасить недостатки обслуживающей инфраструктуры, и оставить у туристов приятные воспоминания о поездке.

Несмотря на массу негативных явлений, которые произошли в организации экскурсионного обслуживания граждан, экскурсионное дело продолжает развиваться. В 90-е гг. началось формирование новой экскурсионной тематики, связанной с религиозным содержанием. В атеистической стране, в условиях господства коммунистической идеологии, экскурсии на религиозную тематику не могли существовать. Объектов же показа для создания подобных экскурсий было предостаточно, несмотря на потери, понесенные церковью в разное время в связи с целенаправленным разрушением храмов. Сегодня экскурсии на религиозную тематику созданы в стране повсеместно. Они организуются туристскими и экскурсионными учреждениями, паломническими службами епархий, монастырями.

Особую известность получили такие паломнические туры как «Радонеж», «Ковчег», «На пути к храму», «Святая Русь», «Под покровом Пресвятой Богородицы», «Паломническая служба Московского Патриархата», «Паломническая служба Валаамского монастыря» и другие. «Радонеж», например, предлагает обширную программу паломнических путешествий от Синая до Соловецких островов. Она включает регулярные маршруты из Санкт-Петербурга до Москвы с посещением святынь Валаама, Коневца, Свири, Кижей, Горицы, Кириллова, Ферапонтова, Ростова, Ярославля. Участники тура Задонск - Елец - Воронеж поклоняются мощам святого Тихона Задонского и святого Митрофания Воронежского, а маршрута в Серафимо-Дивеевский монастырь -мощам преподобного Серафима Саровского. «Радонеж» организует многочисленные поездки и в паломнические центры, находящиеся за рубежом. Широкую известность получил маршрут в Иерусалим, в Святую Землю с посещением Вифлеема, Иордана, Гефсимании, Фавора, Галилеи, Тиверии. По всей Европе, там, где находятся христианские святыни, можно встретить участников туров паломнической

службы «Радонеж».

Популярными как для прихожан различных приходов, так и для граждан, никогда ранее не посещавших церковь, стали экскурсии в храмы. На них экскурсанты узнают о деяниях святых, таинствах церкви, церковной архитектуре и многом другом.

Несмотря на свою новизну и кажущуюся популярность, экскурсии на религиозную тематику не занимают большого места в современной экскурсионной практике в России. Наиболее востребованными в настоящее время остаются автобусные городские обзорные экскурсии, которые позволяют за короткое время познакомиться со многими сторонами жизни городов. Но они существенно отличаются от тех обзорных экскурсий, которые проводились в советские времена, когда подтемы историко-революционной и ленинской тематики занимали ведущее место во всех экскурсиях. Они стали более свободными по содержанию, в них рассказывается и о тех сторонах жизни нашей страны, о которых ранее умалчивалось: о российских государях и их свитах, крупных дореволюционных предпринимателях, внесших большой вклад в российскую экономику, святых русской православной церкви. В процессе экскурсий организуется посещение храмов, что делает их более интересными и привлекательными.

Продолжают развиваться, правда, тематические экскурсии, особенно связанные со школьной учебной программой. Востребованными у разных групп населения страны остаются экскурсии на историческую тематику, так как сегодня отмечается повсеместный интерес к истории государства Российского.

Пользуются спросом природоведческие экскурсии, с которых и начиналось экскурсионное дело в России. Но они теперь насыщаются экологическим содержанием, что соответствует требованиям времени. Особый интерес проявляется к жизни и творчеству великих деятелей культуры, популярных писателей, а соответственно — к экскурсиям на искусствоведческую и литературную тематику.

Литература и источники:

1. История, природа, достопримечательности Черноморского побережья Кавказа для [электронный ресурс] URL: <http://excursovod-web.ru/k-postanovleniyu-o-razvitiit-turizma/> (дата обращения 29.03.2013)

2. Есть такая профессия – экскурсовод. Или гид? [электронный ресурс] URL: <http://excursovod-web.ru/est-takaya-professiya-ekskursovod-ili-gid/> (дата обращения 30.03.2013)

**ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ
СТУДЕНТОВ КСЭИ
ФАКУЛЬТЕТА СЕРВИСА И ТУРИЗМА**

Проблема выбора профессии стара как мир. Удачно выбранная профессия сокращает частоту физических и психических проблем, связанных со здоровьем и усиливает удовлетворённость человека жизнью. Следовательно, адекватность выбора и уровень освоения профессии влияют на все стороны и общее качество жизни. Поэтому одним из центральных в жизни каждого человека является вопрос о поиске, выборе и овладении профессией.

В 1998 году в международный стандарт было занесено 9333 профессии. При этом ежегодно на рынке труда происходит обновление около 500 профессий. Вместе с тем многие профессии "живут" от 5 до 15 лет, а затем либо "умирают", либо меняются до неузнаваемости. На данную динамику оказывают влияние следующие факторы (1).

Раньше "идеальный" образ профессионала во многом был связан с образом конкретных людей и их "профессиональной" биографией, иногда это был собирательный образ, но всё равно он обладал конкретностью, которая помогала процессу идентификации молодого человека

Сегодня наблюдается тенденция, когда понятие "идеальный образ профессионала" заменяется на "идеальный образ жизни".

Профессиональное становление представляет собой достаточно сложный, длительный и весьма подвижный процесс, в котором отчетливо выделяются четыре стадии развития - первая из которых приходится на период обучения в школе, это зарождение и формирование профессиональных намерений под влиянием общего развития личности и первоначальной ориентации в различных сферах трудовой деятельности.

Психологическим критерием успешности прохождения этой стадии является соответствующий общественным потребностям (требованиям рынка труда) и потребностям самой личности выбор профессии/специальности.

Исследования, проводившиеся в 60-е гг. показали, что массовая ориентация молодежи на высшее образование формируют часто такой мотив

поступления, как "в любой вуз - лишь бы в вуз". Как следствие, 1/3 студентов при выборе вуза не руководствуются мотивом интереса к профессии, а каждый десятый осуществил выбор случайно.

В 90-е гг. иерархия мотивов выбора существенно меняется. Начинают лидировать экономические мотивы. Надо сказать, что стремление стать богатым и преуспевающим у современной молодежи очень ярко выражено.

За последние 10-15 лет изменился перечень выбираемых профессий выпускниками школ. Приоритет отдается экономическим, юридическим и специальностям, связанными с иностранными языками.

Отмечается устойчивое снижение числа студентов, считающих выбранную профессию своим призванием. Раньше причину этого видели в осознании реальных трудностей, которые разбивают романтические иллюзии, а также в недостатке практического опыта, который сеет неуверенность в своих возможностях.

Четкое представление о различных сторонах предстоящей работы и об уровне своей подготовки к ней во многом определяет устойчивость мотивов студентов и степень их реализации. Очевидно, следует согласиться с Т.Э.Петровой, которая утверждает, что сказывается и изменение социального состава студентов: "с появлением коммерческого набора на вузовскую скамью пришли обеспеченные, уверенные в правильности выбора специальности и соответствии ему своих способностей молодые люди".

Какие же мотивы будущей профессиональной деятельности являются для студентов приоритетными сегодня? Изменения произошли: на первое место выступили мотивы заработной платы и самореализации. Аналогичные социальные ценности считал важнейшими Т.Парсонс - частная собственность и индивидуальная свобода (2).

Многие авторы утверждают, что преобладание торгового, "лавочного" бизнеса над производственным во многом объясняет отсутствие у молодежи интереса к сложным видам трудовой деятельности, нацеленность на быструю и легкую наживу. Однако наше исследование показало, что причина этого в трудностях производственной деятельности. Непомерные налоги душат любое производство, трудно конкурировать с импортным товаром, и как следствие - специалисты производственники оказываются не нужными, а быть ими - не выгодно. Все это во многом объясняет искажение ценностей и мотивов в сфере труда.

В настоящее время статус специалиста своего дела становится все более привлекательным для значительной части подрастающего поколения.

Изучение занятости студентов факультета сервиса и туризма в отрасли показало, что начиная с третьего курса каждый третий студент работает по специальности. Однако опрос выпускников показал, что большая их часть работает не по специальности - 68%, а 15% - вообще не трудоустроены. следовательно, не являются специалистами в данной сфере. Они становятся специалистами, обучаясь профессии на рабочем месте, становятся эффективными со временем, приобретая знания на практике. Известно, что только «теория плюс практика плюс способности» способствуют эффективному выполнению определенной работы. Почему? Все очень просто. Если вы выучитесь, скажем, на врача, а потом решите пойти работать менеджером по продаже недвижимости, то для карьерного роста вам необходимо будет получить дополнительное образование, а в идеале – второе высшее. Не все работодатели согласны отпускать своих сотрудников на сессию, давать им возможность посещать лекции в рабочее время. Таким образом, подняться по карьерной лестнице вы уже не сможете.

Для того, чтобы узнать почему работая во время учебы, выпускники уходят из отрасли, нами был проведен опрос среди выпускников факультета сервиса и туризма. Выпускникам задавался вопрос: «С какими проблемами Вы сталкивались при попытках трудоустроиться?». Были получены ответы:

86% - отсутствие необходимого опыта, 12% - «отсутствие личных связей, которые бы пригодились», 5% - «нежелание работать у частных, так как не оформляют официально», 18% - «это не мое».

Для выявления факторов, способствующих выбору профессии в области сервиса и туризма, был проведен опрос среди молодежи (16-25 лет), в число респондентов входили учащиеся школ и студенты (всего 40 человек). Согласно проведенному нами опросу, говоря о критериях выбора своей специальности (выбранной/будущей), респонденты выделили следующие факторы: высокий уровень зарплаты, карьерный рост. Эти факторы отметили более половины респондентов. Немаловажными факторами стали также перспективность специальности (последующее трудоустройство, востребованность на рынке труда) - 19%, престижность профессии - 8%, содержание самой профессии (сюда входит и проявление творческого потенциала, и личные интересы) - 14%.

Исходя из полученных данных, современный молодой человек, выбирая свою профессию, обращает внимание на такие критерии, как: перспективность; прибыльность; удовлетворенность условиями труда.

Профессии в сфере сервиса и туризма — довольно популярны среди абитуриентов. Так, согласно нашему опросу, в котором приняли участие 28 школьников (мальчики и девочки), абсолютное большинство выпускников, согласились с тем, что профессии в сфере сервиса и туризма - востребованы -78%, и больше половины — 64%, не прочь рассматривать данную специальность в качестве будущей.

Говоря о достоинствах профессий в сфере сервиса и туризма, респонденты, в большинстве своем указали - общение с новыми людьми, возможность путешествий и возможность овладения иностранным языком, а также отличный заработок.

Среди недостатков специальностей в области сервиса и туризма, школьники выделили следующие факторы: 34% и 32% соответственно — нервная работа и много ответственности, чуть меньше, а это 15% сослались на большую текучесть кадров, примерно столько же сказали и невозможности карьерного роста.

Рассмотрим, что происходит со специальностью в настоящее время, насколько она перспективна и популярна среди абитуриентов по выделенным нами критериям.

Перспективность. Очень важно, чтобы в момент окончания обучения, было возможно трудоустройство по специальности. Туристские ресурсы только расширяются, например, за счет Олимпиады в Сочи 2014 и с развитием туризма в целом. Эйфория первых лет прошла, но все равно этот сегмент остается достаточно важным и привлекательным для молодежи. Российская экономика проходит этап перераспределения активности бизнеса в сторону сферы услуг, где туризм занимает достаточно крепкие позиции. Со временем молодые люди с большим осознанием и пониманием своих целей останавливают свой выбор на специальностях, связанных с туристской отраслью. Хотя, конечно, есть случаи, когда студент в процессе обучения и практики выясняет для себя, что хотел бы работать не в этой сфере, и потому желает сменить специальность.

Прибыльность. Финансовая выгода, получаемая от трудовой деятельности, занимает одну из лидирующих позиций. Каждый человек идет на работу, прежде всего, чтобы заработать деньги. Именно высокий доход дает стимул работать эффективно и качественно. Если сначала, работая «за

идею», вы будете вкладывать максимум сил, зарабатывая прожиточный минимум, то впоследствии данный альтруизм пропадет. Человек будет вынужден искать дополнительное место работы, рассеивать свое внимание на множество мелочей и деталей, разрываться между указаниями нескольких начальников, что негативно скажется на самочувствии и нервной системе. Уровень оплаты труда специалистов в сфере сервиса и туризма варьируется (в среднем) от 8 000 рублей и, по сути своей, до бесконечности, поскольку вы можете заняться своим бизнесом в сфере обслуживания, открыть свою турфирму или гостиницу и т.д.

Людмила Пучкова - президент компании «Ланта-тур вояж» заявляет, что на ее взгляд, зарплаты в туризме адекватные, выше, чем во многих других отраслях. По отдельным позициям – даже гораздо выше. Например, в туризме есть дефицит IT-специалистов, и в связи с этим финансовые запросы у них завышенные.

Представители других профессий на рынке в избытке, к нам постоянно поступают резюме и от топов, и от персонала среднего уровня. Но штат в «Ланта-Тур вояж» весьма стабилен, и ротация происходит только на самых начальных позициях. Проблема в том, что люди, которые претендуют на младшие вакансии, в большинстве своем не соответствуют квалификационным требованиям, но претендуют на неадекватно высокую зарплату. Даже если они имеют некий опыт работы в небольших турфирмах, все равно им требуется много времени, чтобы вписаться в бизнес-процессы крупного высокотехнологичного туроператора. Других кадровых проблем в туризме она не видит (1).

Выпускники факультета сервиса и туризма дают следующую оценку работы по специальности:

положительными факторами являются новый опыт и новые знакомства, «закалка характера», возможность карьерного роста, возможность открыть свой бизнес, возможность путешествий;

отрицательными и причиной ухода из отрасли следующие факторы — неудобный график работы, часто необходимость работать сверх положенного времени, не равномерность нагрузки, работа со сложным клиентом (пьяные, больные и т.д.) и т.д.

Отрицательные и положительные стороны – неотъемлемая часть любой профессии. Но перечисленные выше факторы профессиональной деятельности показывают, что есть объективные трудности и особенности работы в сфере сервиса и туризма.

Для успешной профессионализации необходимо до поступления знать особенности выбранной профессии и свои возможности им соответствовать. Раннее трудоустройство способствует адаптации в профессии.

Литература:

1. Титаренко Л.Г. Мир ценностных ориентаций молодежи. //Ценностный мир современной молодежи: на пути к мировой интеграции. По материалам Международной научной конференции. М.:Социум, 2004.

1. 2.Хайруллин Ф.Г. Некоторые проблемы формирования профессиональных интересов молодежи. //Мотивация жизнедеятельности студента. Таллин: 2000. –С.69 (Интернет-Издания)

А. РУДНИК
н.р. Л.А. ЛАЗАРЕНКО

СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ОСНОВА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Стимул – это побудительная причина, заинтересованность в совершении чего-нибудь. Стимулирование труда – это целенаправленное или нецеленаправленное воздействие на человека или группу людей с целью поддержания определенных характеристик их трудового поведения, прежде всего меры трудовой активности. При стимулировании побуждения к труду происходит через удовлетворение различных потребностей личности, что является вознаграждением за трудовые усилия.

Одновременно стимулирование труда носит и нематериальную нагрузку, которая позволяет работнику реализовать себя как личность и как работника одновременно. Ей свойственны следующие функции:

Экономическая функция, выражающаяся прежде всего в том, что стимулирование трудовой деятельности способствует увеличению эффективности производства, которое проявляется в повышении производительности труда и качестве продукции (1. С.50).

Нравственная функция определяется тем, что стимулирующая среда в труде формирует активную жизненную позицию, высоконравственный общественный климат в обществе. При чём очень важно обеспечить правильную и аргументированную систему стимулов с учетом традиций и исторического опыта.

Социальная функция обеспечивается формированием социальной

структуры общества через различный уровень доходов, который в значительной степени зависит от воздействия стимулов на различных людей.

В свою очередь стимулы бывают материальными и нематериальными.

Материальные стимулы:

- Денежные: заработная плата, премии;
- Неденежные: путевки, лечение, транспорт.

Нематериальные:

- Социальные: престижность труда, возможность роста;
- Моральные: уважение со стороны друзей, родственников, награды;
- Творческие: возможность самосовершенствования, самореализации.

Стимулирование труда – довольно сложная процедура. Включающая следующие требования к его организации: комплексность, дифференцированность, гибкость и оперативность.

Комплексность подразумевает единство моральных и материальных, коллективных и индивидуальных стимулов, значение которых зависит от системы подходов к управлению персоналом, опыта и традиций предприятия.

Дифференцированность означает индивидуальный подход к стимулированию разных слоев и групп работников. Известно, что подходы к обеспеченным и малообеспеченным работникам должны существенно отличаться. Различными должны быть подходы и к кадровым и молодым работникам.

Гибкость и оперативность проявляются в постоянном пересмотре стимулов в зависимости от изменений, происходящих в обществе и коллективе.

В целях максимизации действия стимулов необходимо соблюдать следующие принципы (2. С.88):

Доступность. Каждый стимул должен быть доступен для всех работников. Условия стимулирования должны быть демократичными и понятными.

Ощутимость. Практика показывает, что существует некий порог действенности стимула. В разных странах и коллективах он существенно различается. Для одних работников ощутимым может быть стимул и в один доллар, для других мало и десяти.

Постепенность. Материальные стимулы подвержены постоянной коррекции в сторону повышения, что необходимо учитывать на практике.

Минимизация разрыва между результатом труда и его оплатой. Переход большинства зарубежных фирм на ежедневную оплату труда обоснован прежде всего необходимостью соблюдения этого принципа. Одновременность действия стимула (вознаграждения) замечена давно. Соблюдение этого принципа позволяет в большинстве случаев даже снижать уровень вознаграждения, так как большинство людей предпочитают принцип «лучше меньше, но сразу» (З. С.38).

По своей природе и нашему мнению, материальные и моральные факторы одинаково сильны. Все зависит от места, времени и субъекта воздействия этих факторов. Имеются в виду уровень развития экономики, традиции того или иного государства, а также материальное положение, возраст и пол работника. Принимая во внимание данное обстоятельство, необходимо разумно сочетать эти виды стимулов с учетом их целенаправленного действия на каждого работника.

Таким образом, мотивация трудовой деятельности – основной рычаг стимулирования роста производительности труда. Существует много способов и методов стимулирования как материальных, так и нематериальных. Наиболее эффективно сочетание материальных и моральных стимулов.

Литература:

1. Алехина О.Е. Стимулирование развития работников организации. // Управление персоналом. – 2002. - № 1. – С. 50-52.
2. Блинов А. Мотивация персонала корпоративных структур // Маркетинг.- 2001.- № 1. - С. 88-101.
3. Комаров Е. И. Стимулирование и мотивация в современном управлении персоналом // Управление персоналом.- 2002.- № 1. - С. 38-41.

А. СИМИНЕНКО
н.р. Е.В. КРОХМАЛЬ

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: ЭТАПЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Организация и проведение экскурсии - это сложный, но творческий процесс, требующий активного участия коллектива специалистов-

единомышленников. Положительный результат, экскурсии, ее познавательная ценность находятся в прямой зависимости от знаний экскурсоводов, их компетентности, степени практического усвоения основ экскурсоведения, педагогики, психологии, этики и личностных качеств специалиста.

Не случайно, мнение специалистов в данном направлении единогласно, что экскурсия - есть результат двух важнейших процессов: процесса подготовки и процесса проведения.

Остановимся более подробно на основных этапах и действиях организаторов экскурсионной деятельности. Основная часть экскурсии строится на конкретных экскурсионных объектах, сочетании показа и рассказа. Содержание экскурсии состоит из нескольких подтем, которые должны быть раскрыты на объектах и объединены темой. Количество подтем экскурсии обычно от 5 до 12. При этом важным для создания экскурсии является подбор объектов таким образом, чтобы были только те объекты, которые помогали бы раскрыть содержание темы экскурсии, причем в определенной дозировке по времени и в зависимости от значимости той или иной подтемы в данной экскурсии. Заключение, как и вступление, не связано с экскурсионными объектами. Оно должно занимать по времени 5-7 минут и состоять из двух частей. Первая - итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующей цель экскурсии. Вторая - информация о других экскурсиях, которые могут расширить и углубить данную тему. Заключение так же важно, как и вступление, и основная часть (1).

Особой важностью является интерес к экскурсии. Для этого необходимо, чтобы экскурсия, чтобы она не была перегружена потоком ненужной туристам информации, чтобы способ подачи материала не был утомительным, а способствовал бы наилучшему восприятию ее той или иной категорией экскурсантов.

Результат экскурсии зависит от правильности разработанного экскурсионного плана, который включает:

- выбор темы;
- определение цели и задач экскурсии;
- отбор литературы и составление библиографии;
- отбор и изучение экскурсионных объектов;
- составление маршрута экскурсии;
- объезд (обход) маршрута;
- подготовка контрольного текста экскурсии;
- определение техники ведения экскурсии;

- составление индивидуального текста;
- утверждение экскурсии;
- заключение.

Работа над любой новой экскурсией начинается с четкого определения ее цели. Это помогает авторам экскурсии более организованно вести работу в дальнейшем. Цель экскурсии — это то, ради чего показываются экскурсантам памятники истории и культуры и другие объекты. Рассказ экскурсовода подчинен той же конечной цели. Назовем несколько целей: воспитание патриотизма, любви и уважения к Родине, общественно-полезному труду, к другим народам; эстетическое воспитание, а также расширение кругозора, получение дополнительных знаний в различных областях науки и культуры и т. д. Задачи экскурсии — достичь целей путем раскрытия ее темы.

Выбор темы зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного создания определенной тематики экскурсий. Каждая экскурсия должна иметь свою четко определенную тему.

Тема является стержнем, который объединяет все объекты и подтемы экскурсии в единое целое. Отбор объектов при создании экскурсии участники творческой группы ведут, постоянно сверяя свои материалы с темой. Однако мало отобрать объект по теме, надо найти конкретный материал, на котором эта тема будет раскрыта с наибольшей полнотой и убедительностью. Группировка тем лежит в основе существующей классификации экскурсий.

Отбор литературы и составление библиографии

В ходе разработки новой экскурсии составляется список книг, брошюр, статей, опубликованных в газетах и журналах, которые раскрывают тему. Назначение списка — определить примерные границы предстоящей работы по изучению литературных источников, оказать помощь экскурсоводам в использовании необходимого фактического и теоретического материала при подготовке текста. Перечень литературы размножается в нескольких экземплярах для удобства в работе группы и тех экскурсоводов, которые в будущем будут готовиться к проведению экскурсий по данной теме. В перечне называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы. При большом количестве литературных источников список может быть разделен на две части:

«Основная литература» и «Дополнительная литература».

Отбор и изучение экскурсионных объектов.

Показ объектов, как уже отмечалось, является частью, занимающей главенствующее положение в экскурсии. Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии.

В качестве объектов могут быть:

- памятные места, связанные с историческими событиями в жизни нашего народа, развитием общества и государства (например, Куликово поле, Бородино, места Курской битвы и др.);
- здания и сооружения, мемориальные памятники, связанные с жизнью и деятельностью выдающихся личностей, произведения архитектуры и градостроительства, жилые и общественные здания, здания промышленных предприятий, инженерные сооружения (крепости, мосты, башни), мавзолеи, здания культурного назначения и другие постройки;
- природные объекты - леса, рощи, парки, реки, озера, пруды, заповедники и заказники, а также отдельные деревья, реликтовые растения и др.;
- экспозиции государственных и народных музеев, картинных галерей, постоянных и временных выставок;
- памятники археологии - городища, древние стоянки, поселения, курганы с захоронениями, земляные валы, дороги, горные выработки, загоны, святилища, каналы и др.;
- памятники искусства — произведения изобразительного, декоративно-прикладного искусства, скульптура, садово-парковое и др. искусство.

Экскурсионные объекты классифицируются:

- по содержанию — одно-плановые (произведение живописи, река, растение, животное, дом) и многоплановые (архитектурный ансамбль, лес, поле, улица, площадь города);
- по функциональному назначению — основные, которые служат основой для раскрытия подтем, и дополнительные, показываемые во время переездов (переходов) между основными объектами в ходе логических переходов в рассказе;
- по степени сохранности — полностью сохранившиеся, дошедшие до наших дней со значительными изменениями, частично сохранившиеся, утраченные.

Перед экскурсионными работниками при создании экскурсии стоит задача — отобрать из множества объектов самые интересные и по внеш-

нему виду, и по той информации, которую они с собой несут.

Правильный отбор объектов обеспечит зрительную основу восприятия экскурсионного материала и глубокое раскрытие темы. В практике подготовки экскурсий выработана определенная методика оценки экскурсионных объектов. Применение этой методики особенно важно в тех случаях, когда создатели новой экскурсии, встречаясь на маршруте с несколькими объектами, сходными по содержанию, могут выбрать те из них, которые наиболее интересны для данной темы.

Временное ограничение показа объекта (по времени суток, по дням, месяцам и сезонам) - это когда посещение и осмотр объекта невозможны из-за плохой видимости или сезонности.

Экскурсия не должна быть перегружена большим количеством посещаемых объектов, так как это увеличивает ее длительность и вызывает утомляемость экскурсантов, а внимание и интерес при этом ослабевают. Оптимальная продолжительность городской экскурсии составляет 2-4 академ. часа, при этом экскурсанты с интересом воспринимают не более 15-20 экскурсионных объектов.

В экскурсию могут входить объекты как одной группы (например, памятники архитектуры), так и нескольких групп (памятные места, исторические памятники, жилые здания, природные объекты). Набор объектов зависит от темы экскурсии, ее содержания, состава экскурсионной группы. Неправильно, например, когда вся обзорная экскурсия построена исключительно на показе скульптурных памятников и монументов. Следует избегать однообразия построения зрительного ряда. Зрительные впечатления экскурсантов будут неполными, если в маршрут наряду с памятниками и монументами не будет введен показ отдельных зданий и улиц, площадей, памятных мест, объектов природы.

Отбор объектов заканчивается составлением карточки (паспорта) на каждый из них. Данные карточки используются как для конкретно разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий.

В карточку объектов вносятся следующие данные:

- 1) наименование объекта (первоначальное и современное), а также название, под которым памятник известен у населения;
- 2) историческое событие, с которым связан памятник, дата события;
- 3) местонахождение объекта, его почтовый адрес, на чьей территории памятник расположен (город, поселок, промышленное предприятие и т. д.);

4) описание памятника (подъезд к нему, его автор, дата сооружения, из каких материалов изготовлен, текст мемориальной надписи);

5) источник сведений о памятнике (литература, где описан памятник и события, связанные с ним, архивные данные, устные предания, основные печатные работы и места хранения неопубликованных работ);

6) сохранность памятника (состояние памятника и территории, на которой он находится, дата последнего ремонта, реставрации);

7) охрана памятника (на кого возложена);

8) в каких экскурсиях памятник используется;

9) дата составления карточки, фамилия и должность составителя.

К карточке прикрепляется фотография объекта, воспроизводящая его нынешний и прежние виды.

В карточке на архитектурные, природные, археологические объекты могут быть включены и другие сведения. Например, в карточку на памятник архитектуры (здание) включаются сведения о наличии скульптуры, изразцов, стенописи в декоративном убранстве памятника (снаружи, внутри), о типе и конструкции здания, техническом состоянии его (степени сохранности). Наличие карточек на все экскурсионные объекты, расположенные на территории данного края, ускоряет разработку новых экскурсионных тем, позволяет разнообразить использование памятников в экскурсиях на разные темы, делает их показ более активным.

Подготовка новой экскурсионной темы представляет сложный процесс. Эта работа считается завершенной, когда подготовленными будут все необходимые документы:

1. Список литературы по теме
2. Карточки объектов включенных в маршрут
3. Контрольный текст экскурсии
4. Индивидуальные тексты экскурсоводов
5. Схема маршрута

Литература:

1. Горбачева Д.А., Горбачева В.А., Назарова Е.В. Анализ предпочтений на основе потребительской оценки туристических услуг// Сборник материалов Международной научно-практической конференции (туризм, рекреация, экология, образования). Научное издание /Под ред. доцента А.А. Самойленко, профессора А.А. Горбачева. – Краснодар, 2013. 440с., 307-311.

2. Емельянов Б.В. Экскурсоведение – М.2007.

В. ТЕН
н.р. С.К. БУТКЕВИЧ

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Организация – это основа общества, всю ответственность, за деятельность которой несут их руководители, или менеджеры. Именно они следят за тем, чтобы имеющиеся в распоряжении организации ресурсы использовались рационально и эффективно. Иными словами, управление любой организацией есть эффективное и производительное достижение целей организации путем планирования, организации, мотивации и контроля над организационными ресурсами.

Управление человеческими ресурсами (human resources manager) – позволяет грамотно решать ряд вопросов, связанных с персоналом компании:

- найм и набор в штат;
- руководство;
- мотивация;
- обучение и повышение квалификации;
- внутрифирменные коммуникации;
- страхование и безопасность.

Основные принципы HRM сформировали комплексный стратегический подход к управлению людьми в рамках организации. Благодаря эффективной реализации этих принципов сотрудники смогут продуктивно содействовать достижению целей и задач компании.

В настоящее время управление персоналом постепенно отходит от своей традиционной роли администрирования. Особую значимость приобретает стратегическое использование трудового потенциала сотрудников, а также способы оценки влияния на бизнес человеческих факторов. Цель менеджеров по УЧР обеспечить использование сотрудников компании таким образом, чтобы наниматель мог получить максимальную возможную выгоду от их умений и навыков, а работники максимально возможное материальное и психологическое удовлетворение от своего труда.

Важнейшим фактором стабильно эффективного бизнеса становится профессионально грамотный конструктивный менеджмент. Все больше требуются эффективные руководители, способные целенаправленно внедрять рациональные технологии управления и повышать результативность российских компаний.

Менеджмент является ключевым звеном при решении многих проблем, с которыми сталкиваются организации в процессе своей деятельности. Решение этих проблем определяется уровнем образования и подготовки специалистов в области управления – менеджеров. Менеджером принято называть специалиста, использующего знания, опыт, интеллект и мотивы поведения других людей для достижения целей организации.

Для эффективной работы менеджеру необходимо знать те средства влияния и стили поведения, которые будут наиболее эффективными для направления усилий людей на достижение целей организации. Неотъемлемыми чертами современного менеджера являются постоянное наращивание знаний и навыков, повышение профессионального мастерства, а также творческий подход к управлению. Таким образом, центральное место в организации занимает менеджер, от эффективной деятельности которого во многом зависит ее успех и процветание. Менеджер осуществляет управление организацией через управление человеческими ресурсами.

Человек в производстве рассматривается как, наиболее ценный ресурс фирмы, главный источник производительности, главная производительная сила общества и основное достояние любой организации. Этот тезис воплотился в практическом усилении внимания менеджмента к активизации человеческого фактора, к использованию физического, психического и эмоционального потенциала работников, их исполнительских, творческих и организаторских способностей. Таким образом, управление человеческими ресурсами – это фактор эффективности организации, важность которого постоянно возрастает.

Профессор К. Пиджельс указывает, что «необходимо, чтобы работник, когда он находится на работе, максимально использовал свои способности и талант. Работник должен чувствовать, что любой его вклад в производство принесет выгоду, как ему, так и организации, то есть важно ясное ощущение связи личных интересов с интересами фирмы. Менеджмент, которому удастся создать такую связь, получит в награду от работников высокую производительность и высококачественную продукцию». В дол-

госрочной перспективе успех приходит к той компании, которая лучше других может использовать самый важный на сегодняшний день ресурс – человеческий. И в этом вопросе важная роль принадлежит профессионально подготовленным и всесторонне образованным менеджерам. Примером тому является Япония, которая первой в мире стала развивать менеджмент с «человеческим лицом», создавая внутреннюю заинтересованность всех работников в работе на потребителя, на изготовление качественной продукции с низкими издержками.

Главной целью реорганизации крупных компаний стало создание систем управления, позволяющих раскрыться творческой инициативе работников на всех иерархических уровнях. Новые модели управления опирались на личностную самореализацию работников, создавались условия для максимального развития инициативы, профессиональных навыков, творческого потенциала, поощрения сотрудников и их вклада, обеспечения возможностей роста. Особое внимание уделялось учету человеческого фактора, предельно используемого для достижения оптимального союза между рабочим и предпринимателем во имя экономического развития организации.

Управление человеческими ресурсами предполагает не «встраивание» работника в жесткую организационную систему, а его интеграцию в организацию. Последнее означает применение таких методов управления и создание таких условий деятельности, при которых каждый работник может достичь своих личных целей только при наиболее успешной работе предприятия. Методы управления человеческими ресурсами призваны при этом создать определенную управленческую ситуацию, при которой реализация интересов личного успеха каждого работника сопряжена с необходимостью и достаточностью полного применения своих сил и творческих способностей ради достижения целей организации. При этом внешний контроль естественным образом трансформируется в самоконтроль и самодисциплину, а организационные принципы и требования приобретают значение неотъемлемых элементов самоорганизации, отражающих уровень культуры производства.

Управление и планирование человеческих ресурсов на уровне фирм приобретают долговременный характер и становятся ведущими направлениями их стратегического управления. Развитие и совершенствование менеджмента, приспособление его к конкретной обстановке является одним из главных рычагов улучшения результатов деятельности организаций. Он

во многих случаях оказывается гораздо более действенным, чем дополнительные финансовые вложения или создание новых производственных мощностей.

В последние годы наблюдается нарастающий интерес к проблеме нивелирования рисков в управлении человеческими ресурсами среди российских и зарубежных авторов. Следует заметить, что интерес к проблеме рисков в менеджменте отмечается со стороны разных социально-экономических и гуманитарных дисциплин – психологии, экономики, менеджмента. Это свидетельствует о комплексном характере самой проблемы. В литературе рассматриваются причины рисков, технологии «снятия» рисков, влияние рисков на результативные показатели деятельности организации. В последние годы расширился круг работ, связанных с проблемой рисков в менеджменте. Данным вопросам посвящены работы многих отечественных и зарубежных авторов: Пятенко С.В., Урбановича А.А., Короткова Э.М., Мескона М., Альберта М., Хедоури Ф., Питера, Друкера, Бершовой Л.В., Наумовой С., Лялюковой Е.А. и других. Большое внимание в литературе уделяется личности менеджера и его деловым качествам руководителя. Вопросам личности менеджера посвящены работы Короткова Э.М., Карпова А.В., Кричевского Р.Л., Семенова А.К., Масловой Е.Л. и других авторов.

По мнению многих исследователей, причиной рисков в менеджменте выступают разнообразные внешние и внутренние факторы, связанные с особой сложностью труда менеджеров. Среди факторов, определяющих риски в менеджменте выделяют следующие:

- дефицит времени;
- избыток информации;
- ненормированный рабочий день;
- постоянное давление со стороны подчиненных и вышестоящего руководства;
- условия работы, вынуждающие идти на риск;
- необходимость одновременного решения нескольких разноуровневых задач.

В этих условиях деятельность руководителя оказывается наполненной стрессами, конфликтами, кризисами. Риски, которым подвержены менеджеры, в свою очередь, сказываются на результативных показателях деятельности организации.

Литература:

1. Друкер, Питер Ф. Практика менеджмента: Учебное пособие / Пер. с англ.: Издательский дом «Вильямс», 2000. с. 18.
2. Камынина Н.Н. Деятельность организации и мастерство менеджера. с.38.
3. Пятенко С.В. 9 основ менеджмента. – СПб: Питер, 2004. с.601.
4. Урбанович А.А. Психология управления: Учебное пособие. – Минск: Харвест, 2004
5. Денисов В.М. Ресурсы менеджера // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – №4. с. 45.
6. Денисов В.М. Ресурсы менеджера // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. с.57.
7. Кричевский Р.Л. Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. с.13
8. Коротков Э.М. Концепция менеджмента. 1997. с.224-245
9. Михеев, В. Современная команда менеджмента проекта [Электронный ресурс]/Web-сайт «Издательство «Открытые системы» URL: <http://www.osp.ru/cio/2001/05/171745/>
10. Ермошкин, А. Управление командообразованием / А. Ермошкин // Проблемы теории и практики
11. Селезнева Ю. В. Управление человеческими ресурсами в сфере проектного менеджмента [Электронный ресурс] URL: <http://www.rae.ru/forum2011/21/741>

Е. ХУРТЫЛО
н.р. Л.А. ЛАЗАРЕНКО

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА КОМПЛЕКСА УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Гостиницы и другие средства размещения являются основным компонентом туристской инфраструктуры. Вариативность обслуживания различных сегментов потребительского рынка является одним из условий успеха в рыночной экономике, в том числе и в оказании услуг средствами размещения. Однако, в процессе своего функционирования, гостиницы, в том числе и малые средства размещения, сталкиваются с рядом проблем.

Современный гостиничный фонд не соответствует мировым стандартам (за исключением построенных вновь или модернизированных с участием зарубежных компаний гостиниц в Москве и Санкт-Петербурге). В настоящее время в РФ подавляющее большинство гостиниц составляет фонд некатегорийных (85% в 2010г. по данным Росстата); средства размещения, имеющие категорию две-три «звезды» являются дефицитом. Низкий уровень рентабельности гостиничных услуг объясняется несоответствием качества мировым стандартам обслуживания, невысоким уровнем информационного комфорта, отсутствием комплекса маркетинговых мероприятий, в том числе и рекламы об уникальности достопримечательностей, продуманных туристических предложений по размещению.

Неразрывность производства и потребления услуг средств размещения обуславливает непосредственный контакт персонала, производящего услуги с потребителем. На практике оценка качества услуг в значительной мере определяется поведением персонала, который воспринимается как неотъемлемая часть самой услуги. В этом контексте речь идет о социальном качестве услуг (культуре обслуживания, поведения персонала по отношению к гостю), необходимости его совершенствования. Таким образом, процесс персонификации комплекса услуг, вытекающий из их специфики, актуализирует вопрос подготовки и обучения обслуживающего персонала, его мотивации.

Производитель услуг средств размещения, т.е. обслуживающий персонал, является для гостя – потребителя комплекса услуг, воплощением идей, которыми руководствуется менеджмент гостиницы. Эта характеристика трансформируется в следующую задачу системы управления: достижение высокого профессионального уровня знаний и навыков. Эффективность комплекса услуг средств размещения зависит от персонала, и поэтому, прежде всего, руководители гостиниц должны осуществлять эффективный отбор и обучение обслуживающего персонала, контактирование с гостями, моральную и материальную мотивацию.

В отечественной индустрии гостеприимства не хватает квалифицированного персонала и менеджеров, что особенно актуально в преддверии Зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 г., требующих грамотной организации работы с гостями и их качественного обслуживания.

Необходимо подчеркнуть, что для гостиниц и иных средств размещения, важно распределять процентное соотношение каждого вида стимулов, способствуя раскрытию позитивной стороны личности работника. Это

требует диагностики трудового потенциала на основе анализа специфических характеристик: социальный тип личности работника, направленность личности, уровень ассертивности, стратегия поведения в конфликтной ситуации, преобладающие потребности.

Результаты ФМОМ, на основе которой можно определить уровень развития системы управления гостиницы, подтверждают то, что недостаточная мотивация (моральная и материальная) способна снизить уровень заинтересованности сотрудника в оказании комплекса услуг средств размещения качества, соответствующего ожиданиям гостей. Это отрицательно сказывается на поступлении денежных средств от потенциальных потребителей услуг, а значит и размер прибыли, являющейся экономическим рычагом, регулирующим деятельность и поведение персонала гостиницы. В связи с этим целесообразно осуществлять мотивацию персонала, исходя из его социального типа личности (уровень потребностей: высокий, средний, низкий; стимулы к труду; мотивация должностного роста).

Понимание значение гостя, качества комплекса услуг, позволяет увеличить прибыль, предоставляя гостиницам и иным средствам размещения возможность оказать больше услуг, повысив число лояльных потребителей. Постоянное повышение качества – это не затрата, а вклад, основанный на обеспечении верности гостей путем удовлетворения их потребностей. Это утверждение основано на исследовании, показывающем, что затраты на приобретение нового гостя в пять раз больше затрат на удержание старого посредством предложения качественного обслуживания. В связи с этим автор предлагает осуществлять гостинице и иным средствам размещения вклада в совершенствование таких составляющих качества услуг средств размещения как техническое, функциональное и социальное качество. Этот подход позволит: удержать гостей, сократив при этом затраты на маркетинг и, соответственно, увеличить рентабельность услуг; распространять благоприятствующую гостинице информацию гостями, довольными качеством и осуществляющими бесплатную рекламу, в том числе и в глобальной сети Интернет, по прочитанным отзывам в которой 88% туристов делают свой выбор в пользу конкретной гостиницы.

Несмотря на предусмотренную «Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ» (в действующей редакции) необходимость размещения информации в помещении, предназначенном для оформления проживания, в удобном для обозрения месте (сведения об исполнителе услуг, цена номеров, перечень услуг, входящих в цену номера, перечень и цена до-

полнительных услуг, сведения о форме и порядке оплаты, о работе, размещенных предприятиях общественного питания, торговли, связи, бытового обслуживания и др.) и обеспечения гостя в каждом номере информации (о порядке проживания в гостинице, правил противопожарной безопасности и др.), отмечается низкий уровень информационного комфорта в гостиницах. В некоторых гостиницах имеются лишь папки, содержащие информацию о гостинице и предоставляемых персоналом услугах. Этого недостаточно в условиях острой конкуренции и информатизации общества, повышения требовательности гостей к уровню сервиса. В рамках управления информационного качества, являющегося одним из фактором повышения эффективности комплекса услуг средств размещения, автором предлагается сформировать информационную базу на эндогенном и экзогенном уровне.

Исследование автора сопряжено с обоснованием методических подходов к формированию механизма повышения эффективности и качества услуг, включающего в себя следующие компоненты: управленческий, ресурсный, рыночный, финансовый, инфраструктурный и оценочный.

В результате сформулированы методические рекомендации по оценке эффективности комплекса гостиничных услуг, содержащей следующие этапы: формирование информационной базы, статичную оценку показателей эффективности и их анализ в динамике, определение комплексной эффективности услуг. Оценивать эффективность комплекса услуг предлагается с помощью общего показателя эффективности, определяемого по экономическим, социальным и инновационным критериям по системе следующих показателей: показатели эффективности использования номерного фонда, эффективности гостиничного обслуживания, эффективности использования ресурсов средств размещения; показатели социальной эффективности гостиничного обслуживания и социальной ориентированности средств размещения; показатели обеспечения инновационной насыщенности процессов обслуживания и показатели эффективности от внедрения инноваций.

Проведенный анализ позволяет оценить уровень эффективности комплекса услуг в гостиничном бизнесе, а также создать аналитическую и информационную базу, необходимую органам управления, для принятия и реализации соответствующих управленческих решений. Разработанная методика является важным звеном в составе механизма, повышения эффективности и качества услуг в гостиничном бизнесе.

Таким образом, механизм повышения качества и эффективности комплекса гостиничных услуг, должен включать в себя: оценку деятельности гостиницы и выявление резервов; непрерывное совершенствование материально-технического, функционального и социального качества услуг для повторного привлечения гостей в обслуживании в гостинице; обеспечение формирования наиболее оптимального комплекса гостиничных услуг для максимального удовлетворения потребностей и соответствия ресурсам организации; повышение скорости и надежности информационного взаимодействия всех участников и функций управления; реализацию перспективных направлений повышения эффективности услуг по результатам ее оценки в динамике.

В. ЧИКУРИДИС
н.р. И.М. ФЕДИНА

ВОЛОНТЕРСКИЙ ТУРИЗМ

Не все знают, кто такие волонтеры. Если заглянуть в словари, то в переводе с французского, волонтер – это человек-доброволец. Человек, который имеет привычку заботиться о близких людях, помогая им абсолютно добровольно и без какой либо выгоды (корысти). А награда за это – благодарность и признательность людей, которым оказана существенная помощь.

Кроме этого, волонтеры получают полезные знания, новые знакомства, общение с людьми разных судеб. Главное, что волонтеры получают – это чувство своей полезности в обществе. Благодаря этому, волонтеры трудятся на благо своей страны абсолютно бесплатно. Волонтер (доброволец) – это человек, участвующий (абсолютно бесплатно) в различных социально-значимых кампаниях: распространении необходимой информации, подготовке и проведении общественных акций.

Главная идея волонтерства – объединить людей из разных стран в рамках проекта для распространения идей мира, межнациональной дружбы и понимания. А лучший способ узнать людей и их культуру – это, как известно, вместе работать и проводить свободное время помогая друг другу.

Волонтер – это любое физическое лицо, в том числе иностранные граждане и лица без гражданства, которые вносят свой вклад в развитие

волонтерства, осуществляя волонтерскую деятельность, основываясь на принципах волонтерской деятельности.

Волонтер – это человек, который, работая безвозмездно, стремится внести свой вклад в реализацию социально-значимых проектов.

Волонтерская деятельность – это широкий круг деятельности, включая традиционные формы взаимопомощи и самопомощи, официальное предоставление услуг и другие формы гражданского участия, которая осуществляется добровольно на благо широкой общественности, причем денежное вознаграждение не является главным мотивом в этом деле. Проще говоря, волонтерский труд не оплачивается, как это принято понимать в нашем обществе. Да и рассчитывать на то, что кто-то будет платить человеку, не обладающему знаниями и навыками, мягко говоря, неуместно. Но это не значит, что волонтер работает совершенно бесплатно. При этом они могут затрачивать на эту деятельность от шести часов в неделю. Волонтеры – не только альтруисты, они работают ради приобретения опыта, специальных навыков и знаний, установления личных контактов. Обычно волонтеры тратят свое личное свободное время на благо нуждающихся в помощи людей.

В России, волонтеры (в отличие от существовавших когда-то пионерской и комсомольской организаций) не объединены и не имеют единой государственной или негосударственной поддержки. Поддержку и организацию волонтеров взяли на себя многочисленные некоммерческие, а сейчас уже и коммерческие, организации, вовлекая ежегодно в это движение миллионы добровольцев по всему миру. В экономически развитых странах волонтерство превратилось в один из престижных видов отдыха, способом совместить лично приятное с общественно полезным (1).

Сегодня волонтерские организации объединяют порядка 150 стран мира. Активно работают международные волонтерские организации, такие как Всемирная Гражданская Волонтерская Программа, Международная Амнистия, Волонтерская Программа ООН, Европейская Волонтерская Служба, Координационный Комитет Международных Волонтерских Организаций под эгидой ЮНЕСКО, Ассоциация Волонтерских Организаций, Международная Ассоциация Добровольческих Усилий и др. (2,4). Основная направленность международной волонтерской деятельности: экологические, реставрационные, культурные, лингвистические, археологические, арт- и дизайнерские проекты, права человека, работа, связанная с детьми и социально незащищенными слоями населения.

Все разнообразие и направления деятельности волонтерского движения в мире можно разделить на два принципиально отличных типа по форме и принципам организации этого вида деятельности. Первый тип – волонтерское движение по классической схеме, каким оно было задумано еще в 1920 г. во Франции – это безвозмездный труд в течение 5–8 часов, питание и размещение – за счет принимающей стороны. Реализуется такая форма волонтерского движения преимущественно в волонтерских лагерях, как правило, под эгидой какой-нибудь международной некоммерческой организации. Цель работы каждого волонтерского лагеря – помощь стране (городу, деревне) в осуществлении определенного проекта, на реализацию которого у данной страны (города, деревни) нет достаточных средств. Идея безвозмездной коллективной работы для решения проблемы находит многочисленных сторонников и энтузиастов и работает очень эффективно. Особенно популярна она в таких благополучных странах, как США, Англия, Германия, Испания, Франция, Финляндия, Швейцария и др. В волонтерском движении участвуют студенты, преподаватели вузов, люди самых разных профессий – вполне благополучные и респектабельные, но предпочитающие проводить свой отпуск в активном созидании. Волонтерские лагеря – это краткосрочные социальные проекты, которые проводятся практически во всех странах Европы, Африки, Азии, Северной и Южной Америки. Общественные организации принимают одновременно 10–20 волонтеров, обычно не больше 2-х представителей из одной страны, и ставят перед иностранной группой задачи для реализации (2,4).

Подавляющее большинство волонтерских лагерей рассчитано на молодежную аудиторию. Волонтерские лагеря бывают разных видов: экологические (расчистка лесов, парков, побережий, посадка деревьев, помощь и спасение животных), археологические, реставрационные, ремонтные, сельскохозяйственные (работа на фермах и в полях, помощь в организации фермерских фестивалей), социальные (работа с детьми, уход за больными и инвалидами) и другие. Труд – добровольный и не оплачивается. В настоящее время организации волонтерского движения, объединенные координационным советом при ЮНЕСКО, ежегодно проводят более пятисот интернациональных молодежных рабочих лагерей. Принцип, по которому работают волонтеры, один: проект должен быть социально-значимым, полезным людям. Собственно экологические проекты получили широкое распространение с 70-х годов, когда общество столкнулось реальными экологическими проблемами и осознало свою ответственность за это перед

природой.

Волонтерские лагеря предполагают не только работу, но и отдых, обучение, развлечения. Участники знакомятся со страной, местными достопримечательностями, изучают культурные, социальные, экологические проблемы данной территории, совершенствуют знание иностранного языка. Принимающие организации так же устраивают различные тренинг-программы для участников лагерей по межкультурным коммуникациям, личностному развитию и командной работе. Рабочий язык любого лагеря – английский, поэтому в какую бы точку планеты не отправился доброволец, везде он может практиковать свои лингвистические навыки. Подобные мероприятия являются серьезным стимулом для участия в таких программах.

Второй тип волонтерской работы – туры в рамках волонтерского движения, организуемые для защиты окружающей среды и на пользу людей, страдающих в результате социального неравенства или от стихийных бедствий. На Западе волонтерское движение не только превратилось в отдельную отрасль, но и получило собственное название – волонтерский туризм (*voluntourism*). В настоящее время волонтерский туризм набирает все большую популярность не только среди студентов и молодежи, но и среди состоятельных людей разного возраста. Организуют такие мероприятия коммерческие предприятия – туристические фирмы, специализирующиеся на экологическом и социальном волонтерском туризме. В настоящее время существует много предложений от туроператоров, организующих волонтерские туры разной сложности, продолжительности и комфортности, часто за значительную оплату (цена путевки может достигать 6–7 тыс. долл. и выше). Туры за оплату отличаются от работы в волонтерских лагерях, прежде всего возможностью более комфортного проживания (иногда по классу «люкс»), менее интенсивной работой и возможностью потратить значительную часть времени на отдых и развлекательные программы, которые, так же предлагаются за отдельную оплату. Эту разновидность волонтерского движения иногда называют «филантропическим» туризмом. Наиболее известными акциями в рамках волонтерского туризма являются ежегодно проходящие: международные экологические экспедиции на Эверест (Непал), тропу Инков, где добровольцам предоставляется возможность убирать мусор, оставленный туристами; в Коста-Рику (биологический заповедник Дождевой лес Карара (*Carara Rainforest*)) или на озеро Байкал – расчищать экологические тропы от кустарников и упавших деревьев, устраивать кострища и бивуаки с сиденьями, готовить деревянные

указатели (3). Популярным видом деятельности волонтерского туризма является помощь диким животным. Это может быть мытье пингвинов или других птиц от разлившихся нефтепродуктов (разливы периодически случаются вблизи побережий); учет численности популяции некоторых животных или птиц (например, слонов в Кении, морских котиков, морских львов или оленей на Аляске); уход за ранеными и больными животными (например, за слонами в реабилитационном парке Шри-Ланки) и др. Подобные мероприятия организуются под эгидой Всемирного фонда дикой природы и проходят под руководством опытных специалистов – биологов, экологов. Существуют туры по следам стихийных бедствий – группы туристов-волонтеров отправляются в страны, например, в Шри-Ланку, Индонезию или Гаити, пострадавшие от цунами, землетрясений или других стихийных бедствий для помощи пострадавшим. Туристы могут принять участие в социальных программах помощи бедным (аборигенам) или детям, например, во Вьетнаме – ухаживать за больными детьми; в Непале – строить хижины местному населению; в Аргентинской Патагонии – помогать строить приюты для бездомных и готовить еду для детей-беспризорников; на Мадагаскаре – проводить тренинги и обучающие занятия среди местных, придумывать проекты для малого бизнеса, участвовать в легких строительных и отделочных работах и продавать мед во благо нищих аборигенов; в Гватемале – обучать местных детей английскому, обустроить детские площадки и школы, развозить учебные пособия и гуманитарную помощь; на Фиджи – помогать строить дома для бедняков; туристы в Тибете могут пройти вместе с паломниками-учеными по древним монастырям и святыням, либо принять участие в экспедиции, изучающей быт, обычаи и традиции местных жителей и т.п. Научные исследования и археология – одно из направлений волонтерского туризма, позволяющего совместить отдых в интересном месте и оказать помощь в научной работе. Например, на Багамских островах во время занятий дайвингом туристам предлагается изучать коралловые рифы, брать пробы воды для анализа ее химического состава, уточнять карты дна и вести специальный научный дневник. В Англии – принимать участие в раскопках древнеримского форта – размечать и расчищать участки, рисовать карту, обрабатывать, очищать и вести учет найденных артефактов. В Мозамбике – очищать коралловые рифы или заниматься эко-мониторингом, наблюдая за горбатыми китами и т.п. (5).

Общение является сильным стимулом для участия в экологических

волонтерских турах и в волонтерских лагерях. Можно сделать вывод, что волонтерские лагеря – уникальная возможность для людей любого возраста и социального положения, и особенно для молодежи, приобретать и совершенствовать межкультурные коммуникационные навыки. Это форма международной взаимопомощи, возможность проявить свою гражданскую позицию на практике, оказывая посильную помощь там, где это необходимо. При условии грамотной организации волонтерский туризм может сыграть большую роль в разрешении современного социально-экологического кризиса, он содействует охране природы и традиционных культур, объединяет людей разных национальностей, налаживает межкультурную коммуникацию.

Литература:

1. Добровольчество во всем мире (Электронный ресурс). –: <http://www.worldvolunteerweb.org/>– Дата доступа: 25.03.13.
2. Летние проекты ББТ 2010 года (Электронный ресурс). – <http://greatbaikaltrail.net/>.
4. International Volunteer Projects (Электронный ресурс). [//www.ivsp.org/](http://www.ivsp.org/)
5. Types of projects – www.ivsp.org/.

В. ШКОЛА
н.р. Л.А. ЛАЗАРЕНКО

ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЕГИПТА)

Все познается в сравнении и если кто-то хотя бы раз был за рубежом, то он безусловно захочет туда вернуться. Возможно, кого-то привлекла атмосфера, горы, море, каждый находит что-то свое. Но не у всех есть возможность путешествовать. Эта статья рассказывает, как могут путешествовать студенты.

Сами понимаете, что на нынешнюю стипендию много не наездишься, поэтому юноши и девушки ищут обходные пути и продумывают экономные маршруты. К таким относятся многочисленные волонтерские программы за рубежом.

Принять в них участие не так уж и сложно. Практически во всех крупных российских городах есть соответствующие агентства, если же

нет, то подать заявку можно онлайн.

Волонтер – это добровольный деятель, помогающий выполнять разного рода социальную работу. Человек не получает заработную плату, но ему выдают некоторые карманные деньги в размере примерно 50-100 евро в неделю. Данная сумма обеспечит проживание, питание и языковые тренинги.

Отправиться волонтером практически в любую страну мира очень просто. Единственное, что требуют от участников - владеть английским языком. Как показывает практика, достаточно лишь иметь минимальный разговорный словарный запас (3. С.5).

Кстати, возрастных ограничений практически не существует. Программа рассчитана и на молодежь, и на пенсионеров.

Не заблуждайтесь, что вам бесплатно удастся съездить в экзотические страны. Все-таки необходимо оплатить членский взнос волонтерской организации, проезд, визу и посреднические услуги. Последние оказывает российская компания, напрямую связываясь с заграничными партнерами. Поэтому, если вы захотите полететь в Мексику или Бразилию, то такое путешествие обойдется вам в кругленькую сумму (2. С.1)

Данный вариант не подходит для молодежи. Из огромного списка стран она выбирает Египет. Эта небольшая африканская страна находится не так уж далеко от нас, что позволяет приобрести достаточно экономичный авиабилет, да и цены на еду и жилье там приемлемые. К тому же, в отличие от экзотических стран Латинской Америки, где в обязательном порядке нужно делать прививки, Египет отличается своей безопасностью.

Первое, что люди должны отлично понимать – где им предстоит обитать. А именно - в самых настоящих спартанских условиях. Но для студентов – самое то! Молодежь живет в небольших хостелах и даже палатках. В одном волонтерском лагере бок о бок находятся 15-20 человек из разных стран мира. Они работают по пять, максимум семь часов в день. Остальное время люди проводят в путешествиях по Египту. Более того, за счет организаторов молодежь устраивает интернациональные вечеринки и барбекю.

В каждом лагере есть определенный, строгий распорядок дня (4.С 5). Среди волонтеров находятся обычно два руководителя. Они готовят жилище к приезду людей и продумывают все развлекательные мероприятия. Как правило, лидеры проходят специальные профильные тренинги. Каждый день в лагере остается пара дежурных, которые убирают дом,

покупают продукты и готовят еду.

Местные органы самоуправления египетских городов ищут активных людей ежегодно. Они организуют различного рода проекты. В экологическом лагере вам предстоит сажать деревья, ухаживать за растениями или кормить животных. В аграрном молодежь собирает фрукты, овощи, ягоды, внедряет новые системы землепользования. Строительный лагерь – самый распространенный тип волонтерства. Добровольцам предстоит красить, реставрировать памятники старины.

В последнее время особой популярностью пользуются детские и фестивальные лагеря. В первом случае волонтеры работают с ребятами. Вы себе даже не можете представить, какое огромное количество бедняков в Египте. Дети учатся в крайне плохих условиях. Поэтому власти приглашают молодых специалистов, которые преподают английский, физкультуру и искусство.

Фестивальные лагеря – это что-то похожее на работу аниматора. Добровольцы помогают организовывать традиционные праздники, вечеринки и карнавалы для местных жителей и гостей страны.

Также всегда есть возможность выбрать узкоспециализированный лагерь. Например, чтобы стажироваться в журналистике или психологии. Такой неоценимый опыт непременно благоприятно отразится в вашем резюме и портфолио.

Кстати, для большинства молодых людей важной целью является овладение иностранным языком. В Египте предлагается дополнительная неделя занятий арабским, причем абсолютно бесплатно. Уроки проводят местные преподаватели.

Каждый участник волонтерской программы будет частью дружного международного коллектива. Ребята будут работать в настоящей профессиональной команде, а египетские организаторы помогут им приспособиться к новым, непривычным условиям.

Как попасть в программу?

Сначала, даже не отходя от компьютера, выберите подходящий для вас тип проекта. Определитесь, на что вы способны и к чему лежит ваша душа. Затем заполните онлайн заявку на участие и сделайте денежный перевод с необходимой суммой членского взноса. Теперь агентство подберет несколько лагерей, из которых уже участник сам выберет нужный. Не забудьте, что подавать заявку нужно за 3 месяца до предполагаемого начала программы. После того, как вы определитесь с проектом, на ваш

домашний почтовый адрес будет выслан полный пакет документов по лагерю. Теперь самое время заняться визой, которую вы оформляете самостоятельно. Как только она получена, вы связываетесь с координатором программы, сообщаете дату и время приезда в страну для того, чтобы вам организовали трансфер до места работы (1.С 3).

Волонтерские программы всегда были призваны помочь окружающему миру. Они появились еще в 20-х годах прошлого столетия, когда молодежь, пропитанная идеями социализма и бесплатного труда, хотела быть просто полезной обществу.

Кстати, и советские поездки на картошку тоже можно отнести к волонтерскому движению, которое, к сожалению, в России просуществовало совсем недолго, а сейчас и вовсе стоит на месте (2. С.2).

Тем не менее, мир вокруг динамично развивается. Давайте идти в ногу со временем!

Литература:

1. Волонтеры в Египте [Электронный ресурс]. URL: <http://www.egipet.averest.ru> (дата обращения 03.04.2013г.)

2. Ловцова К.А. Что такое международный добровольческий лагерь? [Электронный ресурс]. URL: <http://dobrovolets.ru> (дата обращения 03.04.2013г.)

3. Волонтёр [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения 03.04.2013г.)

4. Сергеев К.А. В основе волонтерского движения лежит старый как мир принцип: хочешь почувствовать себя человеком — помоги другому. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sutr.ru> (дата обращения 03.04.2013г.)

Ю. ШУБИНА
н.р. И.М. ФЕДИНА

ПОНЯТИЯ, СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Согласно ГОСТ Р 50762-2007 предприятия общественного питания, функционирующие в современных российских условиях, в зависимости от типа подразделяют на ресторан, бар, кафе, столовую, закусочную, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейню, магазин ку-

линарии.

Таким образом, тип «ресторан» выделен как отдельный тип предприятия общественного питания, имеющий свои специфические черты.

Но не все исследователи в сфере общественного питания согласны с данным подходом. Авторы целого ряда учебников и учебных пособий, посвященных гостиничному и ресторанному бизнесу, пытались сформировать комплексные классификации предприятий общественного питания, которые бы давали полное представление о типах этих заведений и об основном перечне предоставляемых ими услуг.

Некоторые специалисты считают, что к понятию «ресторан» можно отнести собственно рестораны различных направлений и категорий, клубы (где предусмотрено питание), развлекательные центры, бары, кафе, кофейни, чайные, пиццерии, гриль-бары, пельменные, блинные, пирожковые, бистро, закусочные, различные заведения быстрого питания, предприятия питания в гостиницах, пансионатах, государственных учреждениях и иных организациях, сетевые предприятия.

Наиболее часто предприятия общественного питания сегментируют по ценовой политике. В соответствии с этим делением на рынке существуют пять основных сегментов: Street Food («уличное питание») со средним чеком 100 руб., Fast Food/Quick Service Restaurant (фаст-фуд или «быстрая еда») со средним чеком 200 руб., Quick & Casual/ Fast Casual («быстро и ежедневно») со средним чеком 600 руб., Casual Dining («повседневный обед») со средним чеком 500-1000 руб., Fine Dining («приятный обед») – свыше 1000 руб.

Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов и Е.В. Сорокина выделяют ресторан гастрономический, ресторан повседневный («демократический»), бар (паб или таверна), быстрое обслуживание (quick service), который в свою очередь включает Fast food (непрерменно – сетевые заведения) и Street Food, а также столовую и кейтеринг.

Существующее разнообразие типов и видов предприятий общественного питания продиктовано жесткими условиями рынка, требующими необычной и в то же время экономически оправданной концепции высокого качества и скорости обслуживания, соответствия гастрономическим вкусам и предпочтениям клиентов, удовлетворения эстетических и духовных потребностей посетителей независимо от того, отдельно ли это работающее предприятие или структурное подразделение другого учреждения (ресторанной сети или гостиницы). Помимо качественного подхода, опре-

деляемого вышеизложенными характеристиками, в целях извлечения максимальной прибыли предприниматели уделяют значительное внимание организационной специфике работы предприятий общественного питания, пытаясь найти оптимальную форму взаимодействия с другими участниками рынка.

Интересным является тот факт, что до сих пор не существует законодательно закреплённого определения понятия «ресторанный бизнес». Как правило, все государственные стандарты ориентированы на регламентацию деятельности в сфере общественного питания. Но мировая общественность и представители российской бизнеса и науки активно пользуются данным понятием, нередко вкладывая в него свой смысл.

Обобщая различные трактовки понятия «ресторанный бизнес» – это деятельность, направленная на извлечение прибыли посредством удовлетворения потребностей потребителей в качественной, соответствующей санитарно-гигиеническим требованиям и законодательным нормам кулинарной продукции (в виде полуфабрикатов, кулинарных изделий, блюд) путем производства и/или реализации и/или организации потребления этой кулинарной продукции через различные типы предприятий общественного питания с соответствующими им уровнем сервиса, средним чеком и дополнительными услугами либо за счет собственных средств и усилий предпринимателя, либо за счет консолидированных усилий нескольких участников бизнес-процесса (сетей).

Говоря о регулировании работы ресторанных сетей с точки зрения законодательной базы, стоит отметить, что в Государственном стандарте Российской Федерации 50647 - 94. «Общественное питание. Термины и определения» дается следующее определение понятия «сеть предприятий общественного питания»: «сеть предприятий (общественного питания) – совокупность предприятий общественного питания».

При исследовании нормативно-правовой и законодательной базы, ориентированной на общественное питание, было установлено, что, кроме выше обозначенного определения и ряда показателей, связанного с ним (норматив развития сети, обеспеченность населения сетью, степень обеспечения сетью), в России отсутствуют другие определения понятия «ресторанная сеть» или «сеть предприятий общественного питания», нет четкой классификации этих структур, не разработана система показателей и не описана методика их расчета для сравнения разных сетевых предпринимательских структур[1].

Сервис - это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми или организациями.

Уже в XX веке сервис превратился в крупномасштабную сферу человеческой активности. Сейчас более 70% населения, занятого в экономике промышленно развитых стран, работают в сфере услуг. Закономерности сервисной деятельности определяют детальный анализ, без которого ее невозможно организовать на уровне современных требований.

К сфере услуг, или сервисной деятельности, принято относить ряд крупных секторов экономики: торговлю, финансы, транспорт, здравоохранение, индустрию развлечений и спорта, а также сферы науки, образования и управления (хотя деятельность в трех последних сферах не сводится только к оказанию услуг).

Более подробная классификация включает в сервисную деятельность бытовые услуги, услуги грузового и пассажирского транспорта, связи, жилищно-коммунальные услуги, услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги, услуги физической культуры и спорта, медицинские, санаторно-оздоровительные услуги, правовые.

Культура сервиса имеет ключевое значение для развития любой организации, так как уровень культуры сервиса непосредственно формирует ее образ в глазах клиента. Стремясь выделиться на рынке, организации уделяют большое внимание работе над созданием положительного образа своей организации для всех тех, кто важен для ее жизни и преуспевания - сотрудников, клиентов, акционеров, партнеров, поставщиков, спонсоров и т.п., и стараются воплотить этот образ через культуру сервиса[4].

Для организации важно, чтобы те обещания клиентам о качестве, сервисе, надежности, удобстве своих услуг и пр., которые она провозглашает в своей рекламной кампании, соответствовали тому, что клиент реально получает. А это главным образом зависит от людей - от каждого конкретного сотрудника, работающего с ним, от тех ценностей, которых он придерживается в обслуживании клиентов, от понимания своей роли.

Чтобы культура сервиса организации была на высоте, поведение всех сотрудников должно соответствовать провозглашенным корпоративным ценностям организации. Поскольку все люди изначально разные, с разными ценностями, с разными понятиями качества сервиса, понимания значения клиента, своей роли, то этим процессом нужно управлять.

Управление сервисом очень сложный многоярусный процесс, тре-

бующий осмысления текущей ситуации, анализа всех звеньев многочисленных цепочек сервис-процессов, выявления их взаимосвязей, разработки стратегии, доведения стратегии до "кончиков пальцев" организации, то есть до тех, кто непосредственно работает с клиентами, создания системы мотивации и развития персонала и многого другого. Результатом деятельности руководителей должно быть формирование корпоративной культуры, способствующей качественному сервису, который усиливает брэнд организации[2].

В современном бизнесе понятия "клиент" и "сервис" уже неразделимы. Клиент желает получать высококачественное обслуживание, и если он не находит его, то он может покинуть организацию.

Однако сложность оценки уровня сервиса заключается в том, что ответ на вопрос: хороший был предоставлен сервис или плохой - это всегда субъективное мнение клиента, и, как и любое мнение, оно будет зависеть прежде всего от его ожиданий и потребностей.

Чтобы узнать мнение существующих и потенциальных клиентов о своей компании и отслеживать динамику, руководители часто заказывают маркетинговые исследования рынка.

Но хороший мониторинг ситуации не заканчивается только изучением мнения клиентов. Существует целый ряд критериев внутри организации, по которым можно судить, качественный ли сервис предоставляет организация своим заказчикам. Изучению именно этих параметров на примере индустрии гостеприимства и в частности на примере гостиничных услуг и посвящено данное исследование.

Сервис - это оказание услуг. Услуга - это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Услугу можно определить как продукт труда, полезный эффект которого выступает не в форме вещи, а в форме деятельности, направленной на вещь или на человека.

Услуга обладает полезностью для того, кто ее не производит. Услуга - это продукт труда, обладающий специфическими свойствами: неосвязаемостью, неотделимостью от своего источника (невозможно отделить процесс обучения от преподавателя и ученика, процесс предоставления информации - от того, кто ее предоставляет).

Услуга не сохраняется отдельно от процесса ее предоставления, не может быть законсервирована как товар, хранящийся на складе. Услуга

направлена на вещь или на человека. Она существует только в процессе ее производства. Производство и потребление услуг позволяет изменить полезность вещи или характер человеческой жизнедеятельности.

Существуют различные классификации типов и видов услуг, и каждая из этих классификаций отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности.

Можно выделить пять общих типов услуг: производственные - инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования; распределительные - торговля, транспорт, связь; профессиональные - банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные; потребительские - так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением; общественные - телевидение, радио, образование, культура[3].

Очень важно уделять особое внимание развитию культуры сервиса, так как любая организация стремится выстроить свои отношения с клиентами таким образом, чтобы они были привлекательны для потенциальных клиентов, а постоянные клиенты возвращались вновь и вновь. Выстраивание таких отношений - это целый процесс, который должен быть гибким и в то же время хорошо организованным[1].

Управление отношениями включает в себя наличие продуманных, принятых всеми и реально действующих ценностей и принципов работы с клиентами; разработанных и постоянно обновляемых корпоративных стратегий; отлаженных бизнес-процессов, направленных на качественное обслуживание; современных технологий и корпоративных систем постоянного мониторинга, анализа продаж и работы с клиентами; обученной команды по работе с клиентами и служб поддержки; компетентного менеджмента, умеющего управлять этим процессом.

На сегодняшний день большинство компаний решают этот вопрос, обучая своих сотрудников, работающих с клиентами, отдельным навыкам (продажи, переговоры, презентации и т.п.). Комплексный подход включает в себя не только серию взаимосвязанных тренингов для руководителей и сотрудников разного уровня, но и глубокое изучение текущей ситуации и внедрение современных компьютерных систем.

Существует ряд определенных факторов, которые влияют на восприятие сервиса клиентом. Их соблюдение которых как раз и позволяет говорить об уровне культуры сервиса того или иного предприятия. К таким факторам относится комфорт как ключевой инструмент в создании качест-

венного продукта. Ключевым фактором, формирующим понятие качества, является наиболее полное удовлетворение потребностей клиента с различными запросами и своим пониманием комфорта как такового.

Информационный комфорт. Создание информационной комфортности начинается с того, насколько полную информацию клиент может получить заранее. В понятие информационного комфорта входят также два других основных параметра - это информированность сотрудников предприятия, готовых ответить на любой вопрос клиента и система пиктограмм, призванная помочь клиенту ориентироваться.

Экономический комфорт. Под экономическим комфортом понимают удобство расчета для клиента, систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать его в повторном выборе услуг предприятия питания, турагентства или экскурсионного бюро, что и является основной целью культуры сервиса.

В этой связи особое внимание уделяется системе клубных карт, ставшей в последнее время особенно актуальной. Причиной этому послужило в первую очередь создание технологий, позволяющих осуществлять и централизованный учет, и мгновенную обработку заказов, и автоматическое обслуживание кредитных карт, и контроль за исполнением заказов в режиме on-line.

Эстетический комфорт. Одной из причин, по которым клиент выбирает услуги того или иного предприятия, является эстетично оформленный интерьер, создающий атмосферу уюта и домашнего тепла. Однако при оформлении помещений с целью повышения конкурентоспособности предприятия необходимо руководствоваться следующими общими положениями: все помещения должны быть выполнены в едином стиле и соответствовать направленности предприятия; цветовая гамма не должна раздражать клиента; материалы, используемые для оформления, должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены и иметь соответствующие сертификаты; материалы также должны быть долговечными в использовании и устойчивыми к воздействию высоких температур и химических веществ.

В то же время потребитель услуг становится все более информированным в области своих прав, а побывав в различных странах и увидев своими глазами уровень качества услуг и культуру сервиса за рубежом, предъявляет повышенные требования к культуре сервиса в своей стране.

Качество играет огромную роль в культуре сервиса любого предпри-

ятия. Целью качественного обслуживания является способность обеспечить удовлетворенность потребителя. Однако основное внимание в попытках повысить качество услуг вначале связывалось с отбором и подготовкой персонала, находящегося в непосредственном контакте с клиентами. Вопросы измерения качества и улучшения процессов создания услуги поначалу руководителями предприятий в значительной степени не учитывались. Но в настоящее время их актуальность не вызывает сомнений. И поэтому важным для формирования культуры сервиса является вопрос о том, какие необходимые измерения качества обслуживания необходимы для предприятия [5].

Восприятие потребителем качества обслуживания - это формирование в его сознании чувственного образа различий между ожидаемым и фактически полученным обслуживанием с последующим перерастанием этого образа (через восприятие и оценку существенных свойств полученного обслуживания) в эмоциональный настрой по отношению к предприятию, характеризуемый силой (уровнем) и направлением. Сильный положительный настрой - высокая степень удовлетворенности, высокое качество. Сильный отрицательный настрой - высокая степень неудовлетворенности, низкое качество. Количественная характеристика этого настроения является оценкой культуры сервиса.

К сожалению, часто случается так, что персонал не соблюдает в работе требований, установленных руководителями, точно так же, как установленные требования не в полной мере отражают требования гостей к качеству услуги. Схема влияния ожиданий заинтересованных сторон на качество услуги

При восприятии и оценке качества получаемого обслуживания гость исходит из своих ожиданий. Обслуживающий персонал, предоставляя обслуживание, исходит из требований руководства и своих ожиданий, которые им (персоналом) рассматриваются как наиболее вероятная версия ожиданий гостя. Владельцы и руководство ресторана имеют свою версию ожиданий гостя и, руководствуясь внешними нормативными документами, задающими обязательные и установленные требования, регламентируют в инструкциях, стандартах, технической документации требования к работе персонала.

Нет никаких сомнений, что восприятие обслуживания на фоне этого «столкновения ожиданий» сопровождается наивысшими положительными эмоциями гостя и он дает качеству максимальную оценку, если:

- совпадают ожидания всех сторон, причастных к процессу обслуживания клиента, персонала, руководителей и владельцев предприятия;

- в полном соответствии с совпавшими ожиданиями персонал обеспечивает обслуживание.

Процессы повышения культуры и качества сервиса иногда зарождаются сами, естественным путем. Но устойчивость им дает правильно внедренная система культуры сервиса. Сегодня практика часто идет впереди теории. Операторы отечественного рынка стремятся улучшить сервис в своих структурах сообразно своему пониманию. И нередко достигают высоких результатов в обеспечении качественного обслуживания. Нарботанный разрозненный опыт требует обобщения и распространения, потому что в комплексе находки удачливых могут работать на успех многих. Главное здесь - системный подход.

Первое - это соблюдение основных и наиболее важных принципов современного сервиса:

- максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителей и характеру потребления;

- неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами;

- гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка.

Второе - создание необходимых условий для персонала, призванного обеспечить качественный сервис. К ним относятся:

- эргономичность рабочих мест;

- четкая формулировка правил, обязательных для исполнения каждым сотрудником;

- четкая система оценки качества работы каждого сотрудника, позволяющая объективно измерять количественно и качественно эффективность сервиса, особенно таких слабо поддающихся учету элементов, как доброжелательность и вежливость;

- мотивация персонала, его искренняя заинтересованность в процветании всего предприятия, желание и умение делать всю работу максимально эффективно, настрой на самосовершенствование;

- система повышения квалификации персонала.

Третье - оптимизация организационной структуры управления предприятия, предоставляющего услуги.

Чем длиннее цепочка прохождения заказа, тем больше вероятность

совершения ошибки: оптимальной является такая организационная структура управления, где число элементов предельно мало (но без ущерба для качества обслуживания) [2].

Таким образом, можно выделить два основных критерия системы качества: она должна обеспечивать высокий уровень качества, его соответствие стандартам и потребностям клиента, а также служить инструментом для создания специальных технологий по рациональному управлению предприятием.

Литература:

1. Голубев В.Н. «Справочник работника общественного питания». Под редакцией В.Н. Голубева Москва «Дельфин принт», 2007.

2. Радченко Л.А. «Организация производства на предприятиях общественного питания». Издание 2-е Ростов-на-Дону «Феникс», 2005.

3. Радченко Л.А. «Обслуживание на предприятиях общественного питания». Издание 2-е Ростов-на-Дону «Феникс», 2007.

4. Усов В.В. «Организация обслуживания в ресторане» – Москва. «Высшая школа» 2008.

5. Эгертон Т. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном / Пер. М.: Росконсульт, 2007.

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ.
ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА КСЭИ**

Выпуск 91

***ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И
СЕРВИСА***

Подписано в печать 22.05.2013.
Формат бумаги 60x84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 4,7
Тираж 100 экз.

Издательство Кубанского социально-экономического института
Отпечатано с оригинал-макета заказчика в типографии
Кубанского социально-экономического института

Кубанский социально-экономический институт
350018 г. Краснодар, Камвольная, 3.