

реальных возможностей к развитию карьеры, нестабильностью занятости), что ведет к снижению притока молодых работников. Это очень усложняет применение международных стандартов в обслуживании.

Не разработана единая система квалификационных и личностных требований к работникам санаторно-курортного комплекса, которая бы учитывала наличие двух блоков — блока обслуживания и блока лечения.

Большую обеспокоенность вызывает довольно низкий уровень профессионализма работников. Только 25—28 % работников санаторно-курортного комплекса имеют образование, которое отвечает требованиям, предъявляемым к работникам отрасли. Однако это лишь в основном медицинский персонал и некоторые работники служб управления.

Доля работников с высшим образованием не превышает 25 %, при том, что 17 % работников имеют лишь среднее образование. В совокупности с низким уровнем профессионализма это обуславливает низкий уровень обслуживания. В этих условиях лишь отдельными случаями прослеживается стремление руководства санаториев и пансионатов повышать квалификацию работников либо проводить семинары по подготовке к новым условиям работы.

В таких условиях именно решение проблем кадрового обеспечения предприятий санаторно-курортного комплекса в тесной увязке с проблемами регионального рынка труда поможет создать действенную систему обслуживания и сервиса в курортной сфере. Именно это, наряду с решением других экономических проблем, позволит перейти на более высокую ступень эффективности функционирования экономики региона.

Таким образом, решение всех проблем, связанных с кадровым обеспечением предприятий санаторно-курортного и рекреационного комплексов, совместно с внедрением комплексных мероприятий по регулированию рынка труда в конечном счете позволит сделать весомый вклад в формирование развитой экономики не только экономики Большой Ялты, но всего национального хозяйства Украины.

*Э.В. Круж*

*Белорусский государственный экономический университет (Минск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ОТКРЫТОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

В настоящее время на рынке труда наблюдается устойчивая тенденция увеличения спроса на специалистов, получивших качественное высшее образование. В связи с этим проблемы конкурентоспособности персонала, занятого в сфере туризма, а следовательно, расширение его многоуровневой подготовки требует дальнейшего развития системы высшего образования и особенно профессиональной подготовки.

Современная высшая школа способна предоставлять различные образовательные услуги и системы, позволяющие осуществлять непрерывное получение знаний, вести повышение квалификации и переподготовку специалистов в сфере туризма.

Как показывает практика, наибольшее распространение получило так называемое открытое образование, в учебном процессе которого используются современные технологии, основанные на применении информационных и коммуникационных методов обучения. Понятие “открытого образования” значительно шире дистанционного и тем более традиционного. Такое образование предусматривает открытость и доступность обучения на протяжении всего периода жизни и творческой деятельности человека, поскольку позволяет получать профессиональные знания при помощи различных форм, в том числе и посредством дистанционного обучения, а также не ограничивает доступ к информации и т.д. В отличие от открытого образования дистанционное предполагает обучение по технологии “удаление на расстоянии”, в основе которой лежит сочетание активных форм обучения, самостоятельного освоения студентами материала и использование ими всевозможных обучающих программ.

При рассмотрении методов открытого образования заслуживают внимания результаты эксперимента “Виртуальный университет”, проводимого на базе Международного института гостиничного менеджмента и туризма (МИГМТ, Россия, г. Москва). Данный вуз был создан в 1992 г., прошел аккредитацию и имеет статус негосударственного учебного заведения. С момента учреждения он ориентирован на использование современных методик в обучении.

На протяжении всего периода учебы студентам для самостоятельного изучения предлагаются новейшие технологии, предоставляемые Американской ассоциацией отелей и мотелей в виде лекций на английском языке, учебников, видеокассет, программного обеспечения, компакт-дисков и т.д. Данные методики являются дополнительными к основной программе, разработанной в МИГМТ, в соответствии с которой обучение длится на протяжении 5 лет и содержит 12 курсов. Для контроля знаний по окончании каждого курса студентам предлагается тест, состоящий примерно из 200 вопросов, который отправляется в США для оценки американскими специалистами. По его результатам обучающиеся получают сертификат, причем положительные оценки всех 12 сертификатов соответствуют диплому Американской ассоциации отелей и мотелей, являющимся дипломом профессионального образования с признанием его за рубежом.

Для изучения практической деятельности в вузе разработаны и внедрены производственные ситуации, максимально приближенные к практике. Так, например, созданы и работают учебно-тренировочные фирмы "Туристическое агентство" и "Гостиница", моделирующие все этапы жизненного цикла действующих фирм, обеспеченные самым современным компьютерным и офисным оборудованием. Это позволит студентам максимально подготовиться к практической деятельности после окончания вуза.

Одним из видов новых технологий, применяемых в МИГМТ, можно назвать самообучение студентов в аудиториях видеолекций, классах тестирования с использованием специализированных курсов на компакт-дисках. Для этого адаптируются разработки и используются результаты, полученные в смежных или других областях отрасли туризма и гостиничного хозяйства. Имеющиеся учебные материалы, представленные в традиционном виде, переводятся в электронную форму. Разрабатываются и внедряются обучающие тренинговые и компьютерные программы, оказывающие помощь при подготовке к экзаменам без непосредственного присутствия педагогов, и дают возможность иметь оперативный доступ к достоверной информации. Это помогает студенту самостоятельно оценивать свои знания, позволяет вернуться к ранее изученному материалу для уточнения и повторения.

Неограниченные возможности Internet как средства создания единого педагогического сообщества способны оказать ощутимое влияние на существующие методы обучения. С использованием глобальной сети появилась возможность создания Internet-аудитории, позволяющей осуществлять обмен опытом, идеями, участвовать в дискуссиях в кратчайшие сроки и независимо от расстояния. Стал реальным непосредственный контакт с представителями науки, авторами учебников и учебных пособий, действующими турагенствами и т.д. В связи с этим в МИГМТ проводится работа по использованию Internet пока в локальном режиме. Применяются мультимедийные вставки, основанные на методиках, разработанных в рамках других международных проектов с участием специалистов вуза.

Использование новых средств передачи информации не меняет содержания процесса образования, а обогащает его, позволяет строже и объективнее следить за соблюдением государственных стандартов, ориентировано прежде всего на повышение квалификации обучающихся во всех сферах деятельности, в том числе и в туристическом бизнесе.

*А.Ю. Кривошева*

*Белорусский государственный экономический университет (Минск)*

## **ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Организация маркетинговой деятельности, или организация маркетинга, включает: построение (совершенствование) организационной структуры управления маркетингом; подбор специалистов по маркетингу (маркетологов) надлежащей квалификации; распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом; создание условий для эффективной работы сотрудников маркетинговых служб; организация эффективного взаимодействия маркетинговых служб с другими службами организации.

Гибкость оргструктур управления, умение быстро и своевременно реагировать на изменения различного рода являются необходимыми условиями адаптации организации к новым реалиям жизни.