

чивающего, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных туристов в туристских услугах, а с другой — значительный вклад в развитие экономики страны, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока валютных средств, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурно-исторического и природного наследия.

С.Л.Сергеюк

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕРЕПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛА В ГОСТИНИЦЕ

Для экономического успеха любого предприятия важно иметь квалифицированных сотрудников, поэтому сфере профессионального образования придается все большее значение. К профессиональному образованию относят все мероприятия по развитию персонала, которые предлагаются сотрудникам для повышения уровня их знаний, навыков. При этом различают профессиональное обучение и переподготовку (повышение квалификации). Профессиональное обучение, как правило, проводится и финансируется предприятием (например, гостиницей). Переподготовка дает общие знания, которые превосходят производственную сферу. Внутренние и внешние производственные мероприятия по обучению дополняются общедоступными курсами, которые сотрудник посещает за свои средства или с помощью финансовой поддержки работодателя.

Таким образом, профессиональное образование делят на профессиональное обучение, повышение квалификации и дополнительные общественные курсы, программы.

Профессиональное обучение — это основа для деятельности на предприятии. Во время обучения даются основные знания и необходимые для будущей работы навыки.

Вся деятельность и мероприятия, которые углубляют имеющееся профессиональное образование и приобретенные до этого знания, причисляются к сфере повышения квалификации (например, основанные на имеющемся образовании по гостиничному делу курсы о рассмотрении претензий, курсы по корректному приему заказов на бронирование по телефону и т.д.).

Предложение о повышении квалификации расширяется благодаря дополнительным образовательным мероприятиям, таким как практика, обучение на предприятии или мероприятия по переквалификации (например, администратор дополнительно к имеющемуся у него опыту работы в гостинице знакомится на практике с продажами).

При проведении профессионального образования и переподготовки рекомендуется систематический образ действий: вначале устанавливаются цели развития персонала, из которых вытекает потребность в развитии персонала, она же, в свою очередь, преобразовывается в соответствующие мероприятия по развитию. Обещающие успех мероприятия проводятся, а результаты анализируются с экономической и содержательной точек зрения. На основе этого анализа появляются новые указания для будущих мероприятий по развитию персонала.

В настоящее время профессиональное образование в гостинице систематизируется по-новому. Специалист гостиницы знакомится со всеми сферами гостиничного дела. Например, первый год обучения он проводит в службе сервиса и обслуживания, знакомится с кухней, работает посыльным в швейцарской, в службе бронирования, в приемной и на телефонном коммутаторе. В конце своего обучения он изучает административную сферу и продажи.

Образование специалиста гостиницы очень широкое, однако в некоторых сферах не такое глубокое, как, например, образование работника ресторана, главной задачей которого является изучение сферы питания. После получения основного образования специалисту гостиницы предлагается для углубления знаний пройти практику в выбранной им службе. Преимущество такого обучения очевидно: после учебы все сферы гостиничного предприятия в равной мере открыты для специалиста гостиницы.

Наряду с классическим обучением, существуют также другие возможности образования. Есть множество специальных школ по гостиничному делу, которые, как альтернативу обучению, предлагают двоичное образование, в течение которого посещение занятий чередуется с практикой. По принципу двоичного образования работают также профессиональные академии, которые объединяют учебу с практикой. Такую возможность предлагают институты со специальностями: туризм, гостиничное дело; они включают две производственные практики.

Большие гостиничные предприятия предлагают все эти возможности обучения параллельно и дополняют их индивидуальными планами обучения. Планы обучения разрабатываются совместно с соответствующими учреждениями по образованию.

При любой форме профессионального обучения ученик или практикант должны рассматриваться не как дополнительная рабочая сила, а как будущий потенциал для предприятия, целенаправленное и осмысленное обучение которых должно быть гарантировано.

Таким образом, очевидно, что значение развития персонала постоянно растет; обучение и переподготовка квалифицированных сотрудников занимают важное место в менеджменте персонала гостиниц.

В. Стаускас

Университет им. Витаутаса Великого (Каунас)

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ КАЧЕСТВО ЛАНДШАФТА КАК СУЩЕСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР ПРИ ДИСЛОКАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Значение эстетического потенциала природной или архитектурной (в том числе исторической) среды для привлекательности туризма общеизвестно. Но недостаточно определить “красиво” или “некрасиво”. Почему “красиво”, какие критерии эстетической ценности? Какие ее уровни? Как это реально отражается на инфраструктуре и бизнесе туризма? Научно-исследовательских работ в этой области пока мало.

После восстановления независимости в Литовской Республике разработано несколько Национальных программ развития туризма: Комплексная программа (1993 г.); Экономическая программа (1998 г.); программа аграрного туризма (1997 г.); культурного туризма (1998 г.); развития туризма на морском побережье (1993 г. совместно с Данией). В конце 2000 г. важный туристический район — Куршская коса — включен в список мирового наследия ЮНЕСКО. В 2000 г. в нашем университете окончена новая работа по эстетической оценке и дифференциации ландшафтов Литвы, сопоставляя их с проектируемой дислокацией районов и центров туризма.

В методическом аппарате работы пейзажи разделены по двум крупным группам критериев: 1. По физико-пространственным аспектам (3 категории: наиболее аттрактивные, аттрактивные и нейтральные пейзажи). Все группы оценены по значению в международном (Т), национальном (N) и локальном (V) уровнях. Группы ценности определены по оригинальной методике, в комплексах А — физические качества и В — психолого-эмоциональные качества (общая внушительность; обозреваемость; уникальность; обилие и разнообразие элементов; цветовая палитра (по сезонам); эстетическое влияние антропогенных элементов; ассоциативные элементы).

В категорию международной значимости определено 6 зон, национальной — 11 (из 27 выделенных наиболее красивых ландшафтов). Сопоставление их с 19 потенциальными и существующими туристическими районами показало, что в 18 случаях они совпадают. Эстетический потенциал повлиял не только на дислокацию, но и на цены на землю и на оценку стоимости гостиниц, других элементов инфраструктуры туризма. Например, цена крохотных участков земли 10/10 м вблизи от моря в Паланге 20—30 тыс литов (5—7,5 тыс дол. США). На расстоянии 1,5—2 км цена падает в 4 раза. Постепенно растет ценность усадеб, пригодных для аграрного туризма, в озерных районах Литвы. Цена за 1 м² жилья в Литве наиболее высокая не в столице, а в национальном парке Куршская коса (Нсринга).

Сопоставление эстетических и экономических показателей — большая перспектива совместной работы экономистов, менеджеров, архитекторов, культурологов.