

10. *Лазарева В. Г.* Ботаническое разнообразие Северо-Западного Прикаспия в условиях колебания уровня Каспийского моря / В. Г. Лазарева. – Элиста : Джангар, 2003. – 205 с.

11. *Рычагов Г. И.* Экологические аспекты нестабильности Каспийского моря / Г. И. Рычагов // Аридные экосистемы. – 1996. – Т. 2, № 2–3. – С. 74–81.

12. *Порошина Л. Н.* Геоморфология Калмыцкой АССР по материалам космической съемки : автореф. дис. ... канд. геогр. наук / Л. Н. Порошина. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1989. – 25 с.

13. *Справочник статистических данных* по РК за 2010 г. – Элиста, 2011.

14. *Сулейманова М. И.* Динамика растительности приморской полосы Терско-Кумской низменности при различных циклах затопления / М. И. Сулейманова // Аридные экосистемы. – 2002. – № 2. – С. 25–30.

15. *Шматкин В. Ф.* Эффект мелиорации / В. Ф. Шматкин. – Элиста : Калмиздат, 1978. – С. 14–55.

ИНФОРМАЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В.С. Мкртчян, профессор, ректор

*Интернет-университет управления и ИКТ, г. Сидней, Австралия,
тел.: +61298886174; e-mail: hhhuniversity@hotmail.com*

Р.Е. Минасян, директор

*Армянский институт туризма, филиал
Российской международной академии туризма, г. Ереван, Армения,
тел.: +61298886174; e-mail: hhhuniversity@hotmail.com*

Д.Э. Хачян, главный менеджер, аспирант

*Армянский государственный университет экономики,
туристическое агентство «ЛевонТравел», г. Ереван, Армения,
тел.: +61298886174; e-mail: hhhuniversity@hotmail.com*

Рецензент: Андрианов В.А.

Согласно прогнозу Всемирной туристской организации (ВТО), к 2013 г. количество туристов достигнет миллиарда. Туризм обеспечивает 5 % ВВП Европы и 3,6 % мира. Сегодня каждое 16-е рабочее место в мировом масштабе принадлежит туристическому бизнесу, а сама эта отрасль в мировой экономической системе занимает по доходности 3-е место, уступая лишь нефтяной и автомобильной промышленности.

According to the forecast of the World Tourism Organization (WTO), in the year of 2013 the number of tourists will reach one billion. Tourism provides 5 % of Europe's GDP and 3.6 % of the world. Today every 16th job in the world belongs to tourism business and the industry itself takes the third place of the profitability scale in the world economic system, following only oil and automotive industries.

Ключевые слова: информация, инновация, система, подготовка, туризм.
Key words: information, innovation, system, training, tourism.

Туризм является очень популярной и доходной отраслью. Туризм содействует – прямо (отели, рестораны, места досуга, транспорт, пункты продажи сувениров) и косвенно (пищепром и другие отрасли промышленности, сферы

услуг и торговли) – занятости 231 млн человек, или примерно 8,3 % всех работающих в мире. Профессионализм и чрезвычайная сегментация спроса, интенсивное применение новых технологий, соображения по защите окружающей среды и глубоко укоренившиеся социальные, политические и экономические потрясения во всем мире внесли определенные изменения в Фордовскую парадигму активности. Правила игры в массовом туризме теряют свою аргументированность: когда-то протоптанная тропинка в других сферах экономики в сфере туризма привела в тупик. Государственное регулирование и управление сферой туризма должно быть полностью пересмотрено. В этом контексте мы не можем не заметить те рамки, в пределах которых туристской сфере не удалось удовлетворить потребности своего сектора. В то же время совершенно очевидно, что некоторые компании и организации начали создавать свои стратегии для выхода на новую волну конкуренции в самой туристской индустрии. Однако это чрезвычайно редко происходит в сфере образования и подготовки кадров для данной сферы. Образование в туризме – это «приграничная крепость». Это определение имеется в виду, когда говорят о том, что учебные учреждения и инициативы по подготовке специалистов в них, предпринимаемые некоторыми компаниями и государственными структурами усиливают действия скорее все еще интуитивно и инертно, чем под давлением обстоятельств и потребностей данного сектора экономики, как в прошлом, так и в наши дни. Методология всеобщего качества, которая развивается в данном секторе на протяжении последних десятилетий и уже пустила глубокие корни в секторе услуг, включая туризм, является экзотическим явлением в мире туристского образования. Действительно, начало развития индустриальной эры во многих случаях может быть самым подходящим сопоставлением состояния дел в сфере обучения, где существует отношение: «Главное – это производить (в данном случае это образование), покупатель (в нашем случае это реципиент и работодатель) все равно купит». Действительные потребности потребителя на данном этапе играют незначительную роль. И все-таки становится все более очевидным, что будущее сферы туризма в целом будет зависеть в большей степени от человеческого фактора, чем от технологий. В мире, где знания являются, возможно, единственной подлинной ценностью производственного процесса, нам необходимо определиться не только в вопросах «сколько», «что», «когда» и «где», но и в том, как нам это необходимо делать. Мы попытаемся пролить свет на первые три вопроса (что – где – когда) в сфере туризма. Мы убеждены, что образование и подготовка специалистов в данной сфере помогут сделать этот сектор экономики более конкурентоспособным, т.е. затратно-эффективным с устойчивым развитием. Для того чтобы этого добиться, нужно уделять максимум внимания и уважения истинным потребностям человеческого капитала, как в самой индустрии, так и в государственных структурах, что будет означать предложение качества. Для того чтобы достичь этой цели, нужно экономично распорядиться своими ресурсами, т.е. эффективно. ВТО разработала методологию «Качество Туристского Образования (КТО)» (Tourism Education Quality – TEDEQAL), для того чтобы добиться некоторой свободной формы стандартизации при оценке результатов в подготовке специалистов сферы туризма во всем мире. Главная цель этого проекта – определить существующие бреши между потребностями/ожиданиями предпринимателей и профессионалов в туризме и результатами, к которым приводят современ-

ные учебные планы, программы и системы обучения в высших учебных заведениях всего мира. Более того, эти разрывы необходимо перенести на карту туристских профессий, что создаст некоторую модель, которая будет отражать сложность данного сектора и его потребности в человеческих ресурсах, как в качественном, так и в количественном отношении. Эта карта должна включать, по крайней мере, следующие измерения:

- величину подсектора, покрывая многообразие всех его составляющих (например, гостиницы и курорты; питание; транспорт, привлекательность, систему управления, спонсирование);
- количество специалистов для удовлетворения потребностей в профессиональных кадрах (например, персонал переднего края; инспекторы; менеджеры и т.д.);
- другие измерения, которые соответствуют географическому и культурному многообразию в туризме.

Также должны быть приняты во внимание движущие силы, бушующие в данном секторе экономики, чтобы быть уверенными в том, что эти потребности будут удовлетворены вовремя, составляя схему мероприятий и намечая шаги, которые необходимо предпринять в соответствии с приоритетами и потребностями систематизации. Наше исследование впервые имеет дело с общими проблемами конкурентоспособности в сфере туризма, а качество подготовки специалистов для этой сферы является важнейшим инструментом достижения этой цели. Другими словами, цель – достичь высокого качества, как в сфере туризма вообще, так и в разработке конкурентоспособной системы подготовки специалистов для этой отрасли. «Обучение конкурентоспособности и конкурентоспособность в обучении». Именно эти пути, описываемые в программе ВТО, приняты в Интернет-университете управления и информационно-коммуникационных технологий (НИИ University) и Армянском институте туризма для достижения конкурентоспособности и защиты потребностей и полезности методологии качества туристского образования. Среди профессионалов индустрии туризма и государственных структур растет понимание того, что необходимо гарантировать специальное образование и подготовку специалистов сферы туризма для удовлетворения запросов клиентов и доказать конкурентоспособность туристского бизнеса в регионах. Однако простые заверения об особых усилиях, направленных на подготовку специалистов сферы туризма, и специфические достижения в непосредственном обучении в туризме не являются сами по себе достаточными. Составление учебных планов и улучшение содержания программ обучения также должны быть приспособлены к запросу потребителей, т.е. к потребностям предпринимателей, а также тех, кто получает и обеспечивает обучение. Однако существуют определенные методологические трудности, связанные с воспроизводством того, какое образование и какая подготовка специалистов действительно необходимы в сфере туризма. Действительно существует целый ряд факторов, которые могут задержать процесс взаимодействия результатов такого образования в сфере туризма, как в настоящее время, так и в будущем.

Информационно-инновационная система

Туризм является относительно новой социоэкономической деятельностью, которая включает в себе огромное разнообразие экономических факторов, действующих лиц и академических дисциплин. Сложность их сочета-

ния вызывает определенные трудности создания универсально приемлемых определений, которые могут помочь описать целостную концепцию. Огромный стимул для образования в туризме заключается в создании гибкой и разнообразной образовательной системы. Необходимо браться энергично за дело, рассматривая каждую проблему, как изолированную фрагментарно, в зависимости от академического происхождения исследования педагогов-теоретиков, которые вместо этого создают кодекс множества междисциплинарных знаний, связанных между собой с целью формирования общей перспективы.

1. Психология: помогает получить понимание мотивации туристов, их предпочтений и поведения, которые необходимо принимать во внимание при получении результатов, создании продукта, при маркетинге и т.д., т.е. при выборе соответствующих стратегий.

2. Антропология: анализирует социоэкономические и культурные условия, которые определяют человеческие потребности к путешествию, и влияние этих условий на поведение туристов, населения, принимающего туристов, на результаты социального взаимодействия.

3. Социология: рассматривает туризм как социальный феномен в настоящем состоянии роста; появление массового туризма; изменение в предпочтениях, направлениях благодаря моде и т.д. Она концентрирует свое внимание на ряде переменных величин, таких как национальность, образование, возраст, пол и т.д., которые являются существенными при сегментации туристского рынка.

4. Экономика: с тех пор как экономическое влияние туризма на цель путешествия стало значительным, а не просто числом выезжающих туристов и их влиянием на баланс платежей, экономика является существенной дисциплиной в туристской индустрии.

5. География: предлагает анализ туристской пространственной дисциплины, с учетом регионального, национального и международного вклада в туристский рынок, в размещение туристской деятельности и т.д.

6. Управление бизнесом: осуществление учета, маркетинга принятия решений, продажа умений навыков и т.д. – в наше время решающее для конкурентоспособности туристской индустрии явление.

7. Право: расширение процесса глобализации экономики и усложнение отношений требуют изучения законодательства различных стран и спроса в вопросе защиты туристских потребителей и т.д.

8. Экология: сосредотачивает свое внимание на способности регенерировать природные ресурсы, их истощение, потенциальное использование для туристских целей и др.

9. Образование: важность этой дисциплины лежит в области ее защиты фундаментальной концепции, которая необходима для базового обучения в сфере туризма, в определенной степени требующей специализации, приспособление учебных курсов и учебных планов к среде, которая находится в состоянии постоянного движения прилива-отлива и т.д.

10. Статистика: констатирует инструмент, используемый для поддержки изучения и исследования в других субъектах туристской деятельности, включая экономику, психологию, социологию и др.

В настоящее время после стремительного качественного роста туристская индустрия подвергается большим структурным изменениям, которые

представляют собой новую парадигму. Эти изменения включают в себя следующие моменты:

- суперсегментация спроса: потребители сегодня имеют больше опыта и более широкий спектр мотиваций и потребностей. Они последовательно запрашивают более высокие стандарты. Современная рыночная техническая сегментация должна быть более сложной, чем традиционная, с тех пор как знание целого набора характеристик потребителя и его потребностей стало существенным при проектировании и создании туристского продукта/услуг с пропускной консолидацией больших конкурентных преимуществ в нужных нишах, и представлении этих продуктов и услуг на рынке затратно-эффективным способом;
- рыночная глобализация: распространение новой информации и соединение технологий вызывает взрыв рыночной конкуренции;
- диагональная интеграция: новые технологии позволяют осуществлять поиск прибыльности с помощью создания системы экономики и получения взаимодействия между различными видами деятельности;
- спрос на большую гибкость: в создании продукта, его распространении, в процессе потребления и новых формах управления;
- пререквизиты окружающей среды и социокультурной стабильности в туристских начинаниях (рискованных предприятиях).

В этих условиях уровень умений тех, кто ступает на стезю туризма, будет варьироваться так же, как их ожидания и запросы в общих чертах – студенты все-таки стремятся реализовать свое стремление к долгосрочной карьере.

Ожидание предпринимателей (в частных и государственных структурах) существуют прямые потребители умений, которые требуются от студентов и от тех, кто имеет реальное представление о современном спросе в туризме. Таким образом, им следует дать шанс выразить их действительные нужды, помочь достичь истинных целей. В условиях шкалы времени, которая изучается, эти групповые ожидания имеют тенденцию отличаться в зависимости от групп студентов. Если цель студентов – долгосрочная карьера, то предприниматели ищут краткосрочные ответы, которые соответствуют потребностям их персонала в специальной сфере (районе) в данный момент. Роль профессионалов в обеспечении качества образования является решающей. Однако преподаватели также имеют свои ожидания относительно системы образования – подходящие источники, инструменты для работы, право на свободу действий в применении методов обучения, эволюционные механизмы, и все это имеет различия в последних двух группах. В то время как предприниматели подчеркивают практические навыки студентов в ожидании того, что эти ожидания должны быть общими и допускающими передачу, педагоги и организаторы образования стремятся создать материалы с туристской ориентацией, более теоретические по природе. Студенты, с другой стороны, ищут качественное образование, т.е. такое образование, которое соответствует их долгосрочной карьере, и отдают предпочтение тем умениям, которые инвестированы в этот процесс, хотя это может не совпадать с ожиданиями педагогов. Важно признавать ожидания и потребности всех сторон-участников системы образования в туризме, в противном случае мы подвергаемся риску создавать слишком узкие образовательные компоненты, которые будут иметь очень незначительное применение. Цель – обеспечение крепкой связи между всеми

вовлеченными в процесс образования для того, чтобы найти ответы на комплекс потребностей всех (рис. 1).

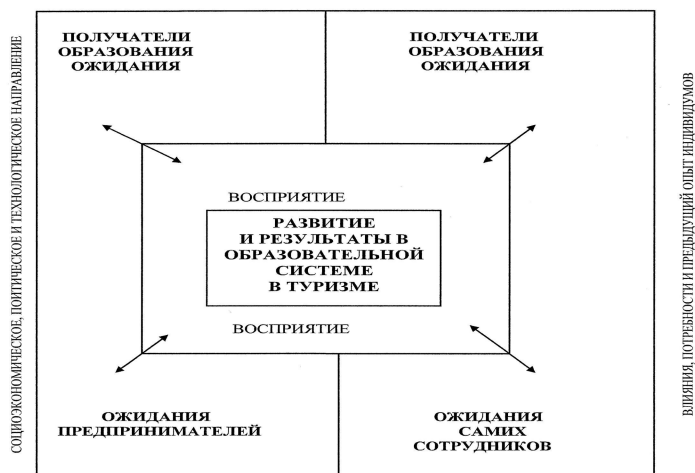


Рис. 1. Потребности и практика образования в туризме – различия в качестве

Анализ знаний и умений в туризме является первым шагом в любой системе образования, нацеленной на достижение высокого качества и успеха, так как это одно из условий достижения конкурентоспособности. Высокое качество системы образования в большинстве случаев зависит от возможности удовлетворения своих ожиданий. Пользователями могут выступать как предприниматели, так и преподаватели, студенты (настоящие и будущие профессионалы). Качество означает сочетание ожиданий пользователей и реальных впечатлений (рис. 2).

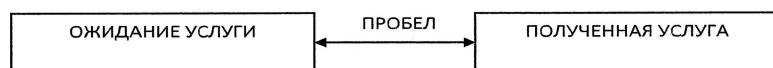


Рис. 2. Различие в качестве образования

Развитие информационно-инновационных систем подготовки специалистов сферы туризма в Австралии и Армении определяется характером связей между стратегическими компонентами (стратегические принципы, способы передачи содержания), тактическими компонентами (тактические принципы, структура содержания, формы организации и методы обучения, способы контроля) и важными факторами внешней среды (культура, технология, методология, доминирующий принцип окружающего мира). Эти связи возникают в системе в процессе ее создания и адаптации к динамичным характеристикам социума.

Библиографический список

1. *Минасян Р. Е.* Адаптация модели ЮНЕСКО в сфере профессионального туристского образования в условиях Республики Армения / Р. Е. Минасян, В. С. Мкртчян, Д. Э. Хачян // Современная модель профессионального туристского образования и ее законодательное обеспечение : сборник тр. Междунар. науч.-практич. конф. – М., 2010.

2. **Минасян Р. Е.** Дидактическая система подготовки специалистов сферы туризма в Армении / Р. Е. Минасян, В. С. Мкртчян, Д. Э. Хачян // Квартальновские научные статьи. – М., 2010. – С. 240.

3. **Минасян Р. Е.** Разработка и реализация основ и средств повышения эффективности образовательного процесса в условиях виртуального университета / Р. Е. Минасян // Туризм: наука и образование : III Междунар. форум. – М., 2009.

4. **Минасян Р. Е.** Современные технологии образования и их роль в развитии туризма / Р. Е. Минасян // Влияние экономических кризисов на развитие глобализации мировой экономики : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов, 2009.

5. **Khachyan D.** Several Highlights and Peculiarities of Cooperation between Professional Higher Education and Business in Armenia / D. Khachyan, V. Mkrttchian // Proceeding of Transatlantic conference Recognition and Accreditation of SCHE Programs, in Europe and US: Aligning Educational Systems. – Golden Sands, 2009.

6. **Minasyan R.** The framework for Quality Control System of Tourism Education in Armenia / R. Minasyan, D. Khachyan, V. Mkrttchian // International Conference Under the auspices of the ARMQA TEMPUS Project. – Yerevan, 2009.

7. **Mkrttchian V.** Online Course in Tourism Industry Modeling and Optimisation / V. Mkrttchian, R. Minasyan, A. Sesyolkin // Proceeding of SICPRO '09. – Moscow, 2009.