

Коноплева Нина Алексеевна, Джубаба Анастасия Александровна,
Алиева Алина Эмильевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия

К вопросу об организации подготовки выпускников в рамках специалитета и бакалавриата социокультурного сервиса

Одной из проблем современного российского образования касается вопрос о содержании и организации подготовки профессионалов в рамках специалитета «Социально-культурный сервис и туризм» и бакалавриата по направлению «Сервис» с профилем подготовки «Социокультурный сервис». Особую значимость этот вопрос обрел в современной российской культуре в связи с развитием сервисной экономики и актуализацией подготовки специалистов для сервисных сфер деятельности.

Ключевые слова и словосочетания: сервис, социокультурный сервис, компетентность, компетенции.

Сегодня на этапе формирования в России общества глобального сервиса российский рынок образовательных услуг оказался не готовым оперативно реагировать на изменение спроса на рынке труда. Социальная ценность профессионального образования для молодежи стала в большей степени зависеть от престижности должностей, в связи с чем одним из существенных факторов, определяющих возникшие противоречия между рынком труда и рынком образовательных услуг, является ориентация учебных заведений не на реальный спрос региональных рынков труда, а на конъюнктурные образовательные потребности абитуриентов и их родителей.

Вместе с тем работодатели считают необходимым увидеть у выпускников вуза не только профессиональные навыки и умения, но и определенные личностные характеристики, общекультурные компетенции и коммуникативные способности.

Образовательные подходы в области ВПО по направлению «Сервис» требуют ориентации на многогранность видов сервисной профессиональной деятельности, постоянного анализа образовательных программ с учетом деятельности выпускника на рабочем месте в аспекте необходимых для различных видов социокультурного сервиса компетенций.

При этом компетентностный подход в современной образовательной парадигме до сих пор не имеет однозначного содержательного определения характеризующих его основных терминов: компетентность и компетенция.

Под компетентностью чаще всего понимается некая интегральная способность решать возникающие в различных сферах жизни конкретные проблемы, и, хотя это требует определенных знаний, более актуальным становится обладание определенными личностными характеристиками и умение найти, отобрать нужные для конкретной практической деятельности знания, т.е. перерабатывать и использовать их [3, 11, 13]. Для чего, по мнению М.А. Холодной, В.В. Краевского, А.В. Хуторского и др. [6, 8, 11], требуется саморазвитие индивида, а компетентность рассматривается ими как следствие обобщения личностного и деятельностного опыта.

По мнению Б.Д. Эльконина, в рамках компетентностного подхода необходимо строить и заранее задавать «ситуации включения», что предполагает оценку ситуации и проектирование действий и отношений, требующих определенных решений [12]. В связи с этим справедлив взгляд на компетентность В.А. Болотова и В.В. Серикова, которые отмечают, что компетентности обучить нельзя, компетентным специалист может стать, лишь когда найдем и апробируем различные модели поведения в конкретной сфере деятельности, выбрав те из них, которые в наибольшей степени соответствуют его когнитивному стилю, эстетическому вкусу, нравственным ориентациям. Они считают, что компетентность предстает как сложный синтез когнитивного, предметно-практического и личностного опыта [1].

Компетентностный подход предполагает ориентацию не на вузовскую образовательную парадигму («Знания – Умения – Навыки»), а на целостный опыт решения жизненных проблем, выполнения ключевых функций и социальных ролей. При этом знания как культурный предмет сохраняются, осуществляется отказ лишь от знаний «на всякий случай», т.е. сведений. При этом на первое место выдвигаются умения разрешать проблемы различного рода.

Таким образом, компетентностный подход – это «совокупность общих принципов определения целей образования, отбора содержания образования, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов» (О.Е. Лебедев).

Что касается понятия компетенция, то в основном ученые, анализирующие данную проблематику, лишь перечисляют ряд личностных и профессиональных характеристик, которыми должен обладать специа-

лист, и используют для описания этих характеристик термин «компетенция». В.Н. Введенский, стремясь разделить понятия «компетенция» и «компетентность», предлагает сузить понятие «компетентность» до круга должностных (функциональных) полномочий [3]. С.Г. Воровщиков отмечает, что компетенция задает круг предназначений, обязанностей, ролей, задач, которые должны решаться, то есть компетенция – это заданное содержание компетентности, которое необходимо освоить, чтобы быть компетентным. Тогда под компетентностью понимается опыт успешного осуществления деятельности по выполнению определенной компетенции. В связи с этим он предлагает термин «компетенция» заменять на выражение «содержание компетентности» [4].

Н.А. Ряписов под компетентностью понимает качественные характеристики работника. Он отмечает, что в отечественной традиции наиболее близкие к понятию «компетенция» – термины «трудовой (кадровой) потенциал», «квалификационный потенциал» [8].

В государственных образовательных стандартах компетенции определяются как «динамическая совокупность знаний, умений, навыков, способностей, ценностей, необходимых для эффективной профессиональной, социальной деятельности, личностного развития выпускников, которую они обязаны освоить и продемонстрировать при завершении части или всей образовательной программы».

Обращает на себя внимание, как отмечает А.Л. Андреев, тот факт, что научно-педагогические сообщества в странах с давно сложившимися научно-образовательными традициями не склонны придавать слишком широкого значения понятиям «компетентность» и «компетенция», наряду с ними сохраняются и такие более интегральные термины, как «квалификация», «профессионализм», «способности» [13].

Вместе с тем практически все теоретики, обращающиеся к обоснованию данного подхода, отмечают его инновационность и значимость для модернизации образования в контексте гуманистических подходов к нему, динамичности современного российского общества, глобализации рынка, информатизации и развития академической мобильности. Критерием качества подготовки выпускника при компетентностном подходе является интегральная характеристика, определяющая его готовность к самостоятельной жизни и продуктивной профессиональной деятельности.

Очевидно, что одной из важнейших образовательных сфер в современной России в ситуации формирования сервисной экономики является сфера социально-культурного сервиса. Э.С. Асанова и О.Ю. Крынина, анализируя социально-культурный сервис современной России и его

развитие, отмечают, что влияние постиндустриальных тенденций на социокультурный сервис способствует выделению двух крупных непересекающихся секторов:

– традиционных услуг, носящих локальный характер (коммунально-бытовые, частично медицинские, касающиеся врачебного вмешательства, и частично транспортные, касающиеся сухопутных средств транспорта);

– информационных услуг, сюда входят банковские, услуги связи, телекоммуникационные, образовательные, консультационные, досуговые услуги (on-line библиотеки, афиши кинотеатров, театров, прямые трансляции с концертов, спортивных матчей, возможности для форумов и «чат» общения и т.д.), а также частично медицинские (консультационные) и транспортные (морской и воздушный транспорт) [14].

Орлов И.Б. отмечает, что в западных странах социокультурный сервис имеет более обширные по своему содержанию названия, так слово «рекреация» определяется как возрождение к новой жизни, восстановление, позитивное мироощущение. Он показывает, что данный вид сервиса как форма предоставления услуг населению имеет длительную историю, причем отмечает, что многие виды социокультурных услуг впервые появились за рубежом. Наиболее употребляемы для обозначения этого вида сервиса в Европе и США такие понятия, как «культурные или социальные услуги», «индустрия развлечений или отдыха», «отдых или рекреация вне дома», «досуг» и «культурная индустрия». Такие базовые понятия, как «культурные услуги», «культурный сервис», «индустрия развлечений» в зарубежной и отечественной традициях совпадают, отсутствует только приставка «социальный» [7].

В российской научной теории для определения сервиса использовался термин «служба быта», что приводило к многозначности классификаций услуг, в частности, их подразделяли по специфике содержания, в результате услуги, которые могут быть отнесены к социально-культурному сервису, относили в группу обслуживающих человека (услуги косметические, парикмахерские, спортивно-оздоровительные, медицинские, санитарно-гигиенические) или же в группу услуг по удовлетворению личностных потребностей человека (образовательные, культурные, информационные, банковские, туристские).

Вместе с тем образование, здравоохранение и услуги по охране имущества и личности в российских классификациях относят к области социальных услуг, а рекреационные, досуговые и бытовые услуги объединяют в группу личных услуг. Ряд авторов отдельно выделяют гуманитарный сервис, охватывающий широкий спектр в области удовлетворения соци-

ально-культурных, интеллектуальных, биопсихо-физиологических, рекреационных потребностей. Так Е.В. Биндиченко разделяет интеллектуальный и социально-культурный сервис, в рамки последнего включает удовлетворение потребностей сохранения на приемлемом уровне здоровья человека, в спортивной деятельности, активной рекреации, в освоении культурного, экономического и социального пространства человеческого бытия через систему экскурсий и туризма [2]. В свою очередь Е.Н. Жильцов выделяет группу смешанных услуг, включая в нее культурно-развлекательные, досугово-рекреационные и спортивно-оздоровительные услуги [5].

Сегодня под социокультурным сервисом все чаще понимают «...систему создания, предоставления и потребления социокультурных услуг (услуги культуры, образования, здравоохранения, физкультуры и спорта, туризма), оказываемых чаще всего на основе платежеспособного спроса [7. С. 18].

Областью профессиональной деятельности специалистов и бакалавров сервиса являются процессы сервиса, обеспечивающие предоставление услуг потребителю в системе согласованных условий и клиентурных отношений.

Объектами их деятельности являются потребители (индивидуальные и корпоративные клиенты), их потребности; способы и методы выявления и формирования этих потребностей; методы диагностики, разработки, моделирования материальных объектов и услуг по индивидуальным заказам потребителей; технологические процессы, посредством которых выполняются индивидуальные заказы на услуги.

В связи с многообразием подходов к понятию социокультурный сервис многие представители вузов, занимающиеся подготовкой выпускников для этой профессиональной сферы, подходят к этим образовательным направлениям индивидуально, в связи с чем мы, анализируя информацию на сайтах вузов, столкнулись с разнообразием подходов к построению программ подготовки в рамках специальности: «Социокультурный сервис и туризм» и направления бакалавриата «Сервис» по профилю «Социокультурный сервис».

Так, анализ особенностей организации подготовки по данной специальности и профилю бакалавриата «Сервис» в 18 вузах России продемонстрировал, что сферы деятельности, рекомендуемые вузами для выпускников, представлены в 100% случаев гостиницами и отелями; в 94 % досугово-развлекательными организациями; в 78% случаев туристическими фирмами; в 66% случаев предприятиями спортивного, оздоровительного, курортного сервиса; в 55% случаев управленческой деятельностью на предприятиях сервиса, государственного и муниципального уровня.

В 39% случаев – это ресторанный сервис; в 33% – выставочная, конгресс и протокольная, в 27 % – музейная и бизнес деятельность; в 22 % – сервис в сфере торговли, а также в 22 % – экскурсионная деятельность. Кроме того, в 33% случаев это научно-исследовательская, а в 27% – образовательная сферы деятельности.

Вместе с тем в ряде вузов, в частности Тихоокеанском и Тюменском государственных университетах, к социокультурному сервису относят в 22% случаев страховой сервис; в 16% случаев банковскую деятельность.

В 16% случаев ряд вузов рекомендуют выпускникам для трудоустройства PR, рекламную деятельность и имиджмейкерские услуги; в 11% случаев игорный бизнес, управление в сфере ЖКХ; сотовую связь и работу гидами-краеведами. Также в 11% случаев это информационные технологии, связанные с основной туристской деятельностью. В 5,5% случаев выпускников специалитета готовят к референтской деятельности.

Высшая школа современной России, несомненно, должна реагировать на изменения, происходящие в экономике, учитывать формирование рыночной экономики и рыночного человека. Это обусловлено тем, что профессионалы в современном российском обществе столкнулись с ситуацией, когда для достижения успеха в той или иной деятельности недостаточно обладать знаниями и умениями для выполнения каких-то поставленных задач, необходима способность вступать в «состяжание» со многими другими специалистами, а также формировать свою деятельность с учетом ее нацеленности на клиента.

Главным действующим лицом в современном сервисе все в большей степени становится конкретный потребитель, отличающийся своеобразием личностных характеристик: темпераментом, характером, особенностями мотивационной и потребностной сфер. Именно он и его ближайшее окружение решают, какие товары (услуги) приобрести, где и как учиться, лечиться, отдыхать и т.п. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в России работа с потребителями становится все более актуальной. При этом решающее значение имеет организация поведения специалиста в диалоге «продавец – покупатель». Маркетинговая система в данной сфере должна опираться не только на исследование рынка, рекламу, продвижение услуги, но, прежде всего, на понимание человека, его потребностей и психологических закономерностей мотивации и их удовлетворения.

Значимость фигуры потребителя требует от выпускников знаний природы, принципов и методов индивидуального обслуживания населения, учета индивидуальности человека как целостной личности, его потребностей, интересов и ценностных ориентаций. Можно сказать, что

речь идет о социальном менеджменте качества в сервисных сферах деятельности.

При этом существенно возрастает роль образования в подготовке современных выпускников для предприятий социокультурного сервиса, формирования у них не только профессиональных, но и общекультурных компетенций, разносторонности в понимании потребителя, умений и навыков эффективного взаимодействия с ним.

Согласно ФГОС-3 выпускники направления подготовки «Сервис» могут выполнять производственно-технологическую, организационно-управленческую, научно-исследовательскую, но, прежде всего, сервисную деятельность.

По нашему мнению, в связи с широтой понятия «социокультурный сервис», многообразием его видов, а также спецификой ООП 100100 «Сервис» выпускники данного направления ВПО готовы к управлению поведением потребителя во многих сферах не только социокультурного сервиса, но и других видов сервиса.

Все вышесказанное демонстрирует необходимость направленности образования на подготовку профессионалов для сервисных сфер деятельности. Вместе с тем следует учитывать, что современное российское образование проходит сложный период адаптации к новым социально-экономическим условиям, что требует совершенствования подходов к образовательным и научно-исследовательским программам с учетом объединения образования, бизнеса и науки. Это позволит, с одной стороны сформировать среду, учитывающую интересы всех сторон, а с другой – обеспечить возможность построения образовательных программ на основе сотрудничества, анализа интересов и запросов бизнеса и образовательных учреждений.

Учитывая нацеленность современных сервисных предприятий и фирм в своей деятельности на клиентоцентрированность, наиболее востребованными во многих видах сервиса становятся профессионалы, приобретающие комплекс компетенций в организационно-управленческой, производственно-технологической, научно-исследовательской, сервисной видах деятельности. Приобретение знаний по пониманию человека, его потребностей, факторов, мотивирующих его потребительское поведение, умений эффективного взаимодействия с клиентами в контактной зоне, приемов анализа невербальных поведенческих стратегий, навыков по разрешению конфликтных ситуаций, ведению диалога с потребителем, работы с возражениями клиентов, мотивирования их к приобретению товаров и услуг позволяет студентам, обучающимся по специальности «Социокультурный сервис и туризм» и по направлению бакалавриата «Сер-

вис», стать успешными профессионалами во многих сферах современного сервиса.

Так, выпускники данного направления ВПО успешны в организации презентаций, рекламы и продвижения товаров и услуг, формировании их позитивного имиджа и бренда в деятельности PR и др.

Вместе с тем функциональное многообразие профессиональной деятельности в сервисе требует определения реальных квалификационных уровней, требуемых в различных сферах сервиса, мониторинга и анализа качества подготовки современных выпускников, особенностей их трудоустройства, востребованности на рынке труда, удовлетворенности работодателей уровнем их компетентности, разработки четких и непротиворечивых требований к их трудовой деятельности в различных сферах сервиса.

1. Болотов В.А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе / В.А. Болотов, В.В. Сериков // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 8 – 14.
2. Биндиченко Е.В. Российский сервис: сущность, состояние, проблемы, перспективы / Е.В. Биндиченко. – Уфа, 2000. – 118 с.
3. Введенский В.Н. Моделирование профессиональной компетентности педагога / В.Н. Введенский // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 51 – 54.
4. Воровщиков С.Г. Компетентностный подход в образовании / С.Г. Воровщиков // Философия образования. – 2007. – № 2. – С. 27 – 32.
5. Жильцов Е.Н. Экономика сферы платных услуг / Е.Н. Жильцов. – Казань, 1996.
6. Краевский В.В. Предметное и общепредметное в образовательных стандартах / В.В. Краевский, А.В. Хуторской // Педагогика. – 2003. – №2. – С. 3 – 10.
7. Орлов И.Б. Социокультурный сервис на современном этапе / И.Б. Орлов // Вестн. МГУС. – 2007. – № 2. – С. 16 – 19.
8. Ряписов Н.А. Компетентностный подход – основа развития образовательной сферы / Н.А. Ряписов // Философия образования. – 2007. – №3. – С. 274 – 282.
9. Сульповар Л.Б. Стратегия сервисизации как направление диверсификации деятельности предприятий // Вестн. МГУС. – 2007. – № 1. – С. 20 – 24.
10. Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. – М.: Альфа-М, 2008. – 432 с.
11. Холодная М.А. Перспективы исследований в области психологии способностей / М.А. Холодная // Психологический журнал. – 2007. – № 1. – С. 29 – 37.

К вопросу об организации подготовки выпускников ...

12. Эльконин Б.Д. Понятие компетентности с позиций развивающего обучения / Б.Д. Эльконин // Современные подходы к компетентностно-ориентированному образованию. – Красноярск, 2002.
13. Андреев А.Л. Компетентностная парадигма в образовании: опыт философско-методологического анализа [Электронный ресурс] / А.Л. Андреев. Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/sources/article.jsp?id=7885856>.
14. Асанова Э.С. Социально-культурный сервис современной России: генезис и тенденции развития [Электронный ресурс] / Э.С. Асанова, О.Ю. Крынина // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2010. – № 355. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnyy-strvis-sovremennoy-rossii-genezis>.