

обеспечение устойчивого экономического роста, инновационного развития предприятий реального сектора экономики.

Дальнейшее развитие институтов финансово-кредитной инфраструктуры будет во многом зависеть от успешности проводимой Банком России денежно-кредитной политики, в том числе и в соответствии с ее принципами, изложенными в «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики на 2012 год и период 2013 и 2014 годов». В них подчеркивается, что учитывая уроки финансово-экономического кризиса, Банк России будет уделять пристальное внимание вопросам финансовой стабильности, в том числе банковской системе, своевременной идентификации и оценке принятых банками рисков, обеспечению прозрачности деятельности кредитных организаций [10].

#### Источники и литература:

1. Российский статистический ежегодник. 2010 : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 813 с.
2. Россия в цифрах. 2011 : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 581 с.
3. Финансы России. 2010 : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 468 с.
4. Актуальные вопросы теории и практики банковского дела : сб. науч. трудов / под ред.: Ю. И. Коробова, С. Б. Коваленко, А. Н. Орловой. – Саратов : СГСЭУ, 2009. – 148 с.
5. Взаимодействие государства и страховых организаций: проблемы и перспективы развития : материалы Междунар. страхового форума (8-9 июня 2011 г., г. Пермь) / гл. ред. И. Ю. Макарихин. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2011. – 548 с.
6. Турбанов А. В. Банковское дело: операции, технологии, управление / А. В. Турбанов, А. Тютюнник. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 682 с.
7. Крюков С. П. ОАО «МСП Банк» и предпринимательство: приоритетные направления взаимодействия / С. П. Крюков // Деньги и кредит. – 2012. – № 1. – С. 44-45.
8. Егоров А. В. Российский финансовый сектор в 2011 г.: эхо чужого кризиса / А. В. Егоров, И. Л. Меркурьев, Е. Н. Чекмарева // Банковское дело. – 2012. – № 1. – С. 21-25.
9. Консультант Плюс – надёжная правовая поддержка : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>
10. Центральный Банк Российской Федерации поддержка : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cbr.ru>

**Макарова С.Н.**

**УДК 338.48**

### **КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА И ТУРИЗМА**

В Концепции модернизации российского образования в качестве основного фактора обновления профессионального образования выступают запросы развития экономики и социальной сферы, науки, техники, технологий, рынков труда, а также перспективные потребности их развития. Главной, наиболее мобильной производительной силой общества и рынка труда остается человек с его профессионально-образовательным потенциалом, склонностями и способностями, навыками к труду. Особо ярко это проявляется в профессиональном труде работников сферы сервиса и туризма, деятельность которых проходит в контактной зоне. Непосредственный личный контакт производителя и потребителя услуг обуславливает сильную зависимость качества услуги от квалификации и профессионального мастерства непосредственных исполнителей трудового процесса в сфере услуг. Соответственно актуализируется комплексное изучение профессионально и личностно значимых качеств будущего специалиста по сервису и туризму, а также проектирование технологии их формирования в условиях обучения в вузе. Концепцией предполагается также создание системы постоянного мониторинга текущих и перспективных потребностей рынка труда в кадрах различной квалификации, изменений требований к подготовке специалистов в вузе.

В докладе Госсовета РФ «Об образовательной политике России на современном этапе» было заявлено, что «развивающемуся обществу нужны современно образованные, нравственные, предприимчивые люди, которые могут самостоятельно принимать решения выбора, способны к сотрудничеству, отличаются мобильностью, динамизмом, конструктивностью, готовы к межкультурному взаимодействию, обладающие чувством ответственности за судьбы страны, за ее социально-экономическое процветание».

В условиях современного общества модель специалиста должна включать в себя набор профессионально важных качеств, необходимых для осуществления трудовой деятельности в определенной профессиональной сфере, и в то же время быть гибкой, динамичной, постоянно корректируемой в связи с изменениями требований к профессии и специальности, состоянием рынка труда, с учетом объективных факторов научно-технического прогресса, воздействия многочисленных экономических, политических, социальных, демографических и других факторов. Естественно, что система профессионального образования должна своевременно реагировать на изменения социального заказа общества и совершенствовать модели подготовки специалистов.

Принятые в последнее время Федеральные законы «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации», стандарты третьего поколения призваны коренным образом изменить ситуацию в туристской деятельности России,

что неизбежно приведет к повышению требований к профессиональной подготовке специалистов сферы сервиса и туризма в вузах страны.

Можно сказать, что набор профессионально важных качеств специалиста представлен инвариантной (для всех специальностей) частью и вариативной (для групп специальностей). Инвариантная - это, прежде всего, профессионализм, ответственность, самоконтроль, профессиональная самооценка, являющаяся важным компонентом профессионального самосознания, эмоциональная устойчивость, умение общаться, тревожность, отношение к риску. Учитывая специфику работы в сфере сервиса и туризма, характеризуемой формулой «человек – человек», профессионально важные качества специалиста будут несколько отличаться от общих требований.

В качестве примера можно привести опыт Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС). Преподаватели вуза, рекрутеры и менеджеры по персоналу различных компаний Владивостока разработали модель «идеальный выпускник вуза», определили идеальный набор профессионально значимых качеств, которыми должен обладать идеальный выпускник вуза: высокая образованность и способность легко обучаться, отличные знания по своей специальности, коммуникабельность, личностная зрелость, наличие практического опыта, реальные цели, креативность и др.

Современные студенты СГСЭУ, будущие специалисты сферы сервиса и туризма, обучающиеся на кафедре гостинично-туристического бизнеса и сервиса, неоднократно побывавшие на предприятиях во время учебных экскурсий, прохождения практики и стажировки, неплохо ориентируются в требованиях производства к качествам специалиста. Поэтому составленный студентами СГСЭУ портрет специалиста<sup>1</sup> во многом соответствует профессиональным стандартам и совпадает по многим пунктам с ожиданиями работодателей.

Прежде всего, студенты считают, что это должен быть человек, избравший профессию, «соответствующую его личным качествам» (37%), и проявляющий интерес к данному роду профессиональной деятельности (69%).

Более половины респондентов (54,3%) полагают, что специалист в первую очередь должен быть профессионалом. Современный специалист должен владеть иностранными языками, навыками работы в различных программах на компьютере, владеть оргтехникой. Чем выше курс обучения в вузе, тем более студенты связывают модель специалиста с освоением дополнительных образовательных программ. Опрошенные студенты 1-5 курсов понимают сложность работы в контактной зоне, поэтому, конструируя модель специалиста, в качестве основных профессиональных качеств 71,8% респондентов отметили «умение работать с людьми» и 50,7% - «коммуникабельность». 8,7% студентов первого курса, обучающихся по специальности «Гостиничное дело» с сентября 2011 года, указали на существование требований, предъявляемых к специалистам гостиничной сферы: знание иностранных языков, ответственность, коммуникабельность, обладание способностью к управлению организацией, психологическая устойчивость и т.д.

В качестве важнейшего профессионального качества, необходимого специалисту в сфере гостиничного бизнеса, 58,9% респондентов отметили «умение работать с людьми». Следующими по важности были названы «высокий профессионализм» (46,4%), «ответственность и надежность» (46,4%). Далее следуют «умение отстаивать свои позиции и убеждения» (42,8%). Более трети респондентов (37,6%) отмечают «коммуникабельность». 33,9% респондентов указали на необходимость для каждого специалиста таких качеств, как «работоспособность», «исполнительность» (28,5%) и «необходимость самостоятельного оригинального мышления» (28,5%), «знания и навыки общественной деятельности» (25%). Среди основных профессиональных качеств, по мнению респондентов, должны быть «высокие нравственные качества» (16,0%) «владение современными методами управления» (14,3%), «мобильность» (10,7%).

Анализ проведенных в последние годы исследований позволяет сделать вывод, что современный, быстро меняющийся рынок труда вносит свои коррективы, в том числе и в набор профессиональных качеств, которые наиболее востребованы работодателями и что сегодня наиболее ценны такие профессиональные качества специалиста, как коммуникабельность, креативность, позитивное мышление, стрессоустойчивость, ориентированность на результат, энергичность, мобильность, способность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям и принимать самостоятельные решения. Потенциальные работники наряду с профессионализмом должны обладать широким кругозором, множеством дополнительных навыков (компьютерная грамотность, вождение автомобиля, знание одного или нескольких иностранных языков и т.д.), иметь опыт работы за рубежом и цели в карьере.

Также результаты опросов подчеркивают возрастание роли коммуникативной культуры в структуре профессиональных качеств менеджера по туризму, что тесно связано с увеличением различных информационных потоков. Сфера обслуживания – это специфическая сфера, где общение людей занимает более 90 % рабочего времени. Поэтому для современного специалиста важно обладать определенной суммой знаний и умений о способах и средствах восприятия, переработки, транслирования информации в условиях деловой среды.

Современная деловая среда – это скоординированные действия множества людей. Это - искусство руководить, преодолевать противоречия, разрешать конфликты, принимать роль посредника, обмениваться

<sup>1</sup> В статье использованы материалы социологического исследования «Профессиональная социализация студентов экономического вуза», проведенные автором в период 2002-2012 гг.

информацией, уметь ее обрабатывать и эффективно использовать. А эффективность этих действий прямо зависит от способности работников налаживать отношения друг с другом. Поэтому профессионализм менеджера любого уровня прямо связан с коммуникативными умениями. Некоторые специалисты утверждают, что уровень профессионализма современного специалиста во многом определяется не столько технической подготовленностью, сколько умением общаться и взаимодействовать, а коммуникационные навыки по праву признаны вторым по значению фактором в успешном выполнении должностных обязанностей.

Умение общаться с людьми расценивается как наиболее ценное в сфере «человек – человек» качество. А 22,8% опрошенных студентов привлекательность избранной профессии видят в том, что она связана с общением, дает возможность знакомства с интересными людьми.

О важности коммуникативной культуры свидетельствуют и характеристики XXI в., которые содержат различные определения, базирующиеся на сущности коммуникации: «век коммуникационной компетентности», «эпоха пиара», «эпоха культуры личности» и др. Они логично увязаны с выводами ученых и практиков относительно качеств менеджмента в XXI в. – перехода от технократического к гуманитарному обществу, раскрепощения человеческих возможностей, гармоничного развития личности, возрастания интеллектуализации управления.

Е.В. Шевцова характеризует коммуникативную культуру как условие и предпосылку эффективности профессиональной деятельности и как цель профессионального самосовершенствования. Американский бизнесмен Ли Якокка подчеркивал, что если человек не способен правильно строить отношения с себе подобными, то он не на своем месте. И хотя в наш информационный век есть множество способов и возможностей для получения информации, живое межличностное общение остается по-прежнему актуальным. В этой связи владение коммуникативной культурой представляется одним из важнейших профессиональных качеств специалистов туристской сферы.

По мнению Т. Парсонса, коммуникационный процесс представляет собой необходимую предпосылку становления всех социальных систем, потому что именно он обеспечивает связь между людьми и группами, организацию совместной деятельности, разделение труда, следовательно, «удивительная сложность систем человеческой деятельности невозможна без относительно стабильных символических систем, а последние создаются и функционируют только благодаря процессам коммуникации».

По определению А. В. Мудрика, коммуникативная культура как компонент профессиональной культуры личности будущего специалиста представляет собой систему знаний, норм, ценностей и образцов поведения, принятых в обществе и умение органично, естественно и непринужденно реализовать их в деловом и эмоциональном общении. К коммуникативным знаниям можно отнести обобщенный опыт человечества в коммуникативной деятельности, к коммуникативным умениям – комплекс коммуникативных действий, основанных на высокой теоретической и практической подготовленности личности к межличностному общению, позволяющий творчески использовать коммуникативные знания.

В основе коммуникативной культуры лежит общая культура личности, которая представляет собой высокий уровень ее развития, выражающийся в системе потребностей, социальных качеств, в стиле деятельности и поведении. Возрастание роли коммуникационного процесса в обществе существенно меняет систему требований, которые предъявляет общество по отношению к выпускнику вуза. Коммуникативный минимум менеджера включает в себя грамотную тактику общения, управление вниманием партнера, аудитории, собственным вниманием, знание стилей общения и грамотное их применение. Коммуникативная культура является составной частью профессионализма менеджеров туризма и сервиса всех уровней, деятельность которых связана с общением, так как менеджмент – особая область профессиональной коммуникации, где специалист должен, прежде всего, овладеть базовыми знаниями основ теории и практики коммуникации: от теоретических аксиом коммуникативистики, законов эффективного общения, принципов профессиональной этики до практических моделей основных жанров речи, обслуживающих профессионально-ориентированную коммуникацию. Управление и власть могут быть реализованы в обществе только посредством коммуникации.

В коммуникативной среде сервисной сферы особую роль играет овладение социальными ролями. Человек играет ряд специфических ролей – специалиста, работника, исполнителя, руководителя, подчиненного, коллеги и т.п. Недостаточный учет особенностей всех деловых взаимоотношений с партнером (от внешнего вида представителей и манер их поведения до способов регистрации необходимой в деле информации), различные требования, нормы и правила, существующие в нашей стране и в других странах, приводят к серьезным конфликтам.

Профессиональная деятельность в туризме требует от менеджеров способности четко выражать свои мысли, быстро и точно подыскивать аргументы, ликвидировать конфликтные ситуации в условиях большой эмоциональной нагрузки, владеть основами документальной лингвистики, создавать рекламу услуг турфирм и т. п.

О важности вербальной коммуникации (речь, публичные выступления, доклады, интервью, статьи, деловая переписка, деловые переговоры) говорил еще Шекспир: «Следите за своей речью: от нее зависит ваше будущее». А И.В. Зорин характеризует профессиональное владение речевой культурой как одно из необходимых условий успешной работы менеджера в сфере услуг.

Особенно остро стоит вопрос о коммуникативных навыках специалиста при общении с иностранными партнерами: необходимы знания вербальных и невербальных особенностей представителей других культур, владение иностранными языками. Расширение области использования специалистов, развитие деловых контактов, в том числе с зарубежными партнерами, служат основанием для включения в содержание

образования изучение как минимум двух иностранных языков. По мнению специалистов ЮНЕСКО, минимальное количество языков, которым должен владеть человек в третьем тысячелетии, будет никак не меньше трех. Особое внимание необходимо уделять таким аспектам культуры речевого общения, как стилистическая уместность и правильность речевого высказывания, формулам речевого этикета.

Мощным фактором, обеспечивающим высокую степень комфортного межнационального общения, является толерантность. Неукоснительным правилом для специалистов является уважительное отношение к любым культурным традициям и образу мышления, а также готовность к общению без предрассудков со всеми. Гордостью любого учреждения является персонал, не только способный говорить на разных языках и производить хорошее впечатление на гостей уровнем своих знаний, но и гибкостью общения. Для специалиста сервисной сферы умение искать и находить выходы из постоянно возникающих противоречий - задача первостепенной важности.

Успех в коммуникации во многом зависит от умения грамотно выражать свои мысли не только при помощи слов, но и невербальных способов, так как 55% всей информации о другом человеке, его характере, настроении, даже о его целях в каждом конкретном случае дают невербальные средства общения. Исследователи утверждают, что 92% производимого впечатления зависит от того, как человек выглядит и как звучит: искусство улыбаться, постановка голоса, техника жестов, мимики и поз, контакта глаз.

Культура поведения как «внешняя» сторона нравственной культуры личности является также составляющей профессионально-коммуникативной культуры любого специалиста.

Необходимым элементом коммуникативной подготовки специалиста любого профиля сегодня является овладение основами технологии создания положительного, профессионального имиджа, способного вызывать у людей чувство взаимной симпатии, привлекать потребителей и партнеров.

Новая коммуникативная среда требует и новых подходов к развитию образования. Необходимо подчеркнуть, что коммуникативная подготовка специалистов в вузе не складывается только из преподавания особых дисциплин. Это результат общих усилий всех людей, чья деятельность, оказывает влияние на формирование личности специалиста. Формирование коммуникативной культуры студента должно быть непосредственно связано с процессом обучения и воспитания, прохождения практик и стажировок, досугом. Значительную роль в этом процессе будет играть образовательная среда вуза и собственная активность личности, направленная на самореализацию коммуникативных потенциальных возможностей.

В наибольшей мере успешному формированию коммуникативной культуры будущего будет способствовать реализация лично ориентированного образования, тесно связанное с внедрением новых, нетрадиционных и экспериментальных методов обучения. Для целенаправленного формирования у студентов профессионально-коммуникативной культуры используются деловые игры, кейс-ситуации, ролевые игры, презентации, самопрезентации с последующим обсуждением, тренинги, метод проектов и др.

Отработка знаний и умений коммуникативной компетентности должна осуществляться с использованием активной групповой и коллективной организации обучения, с актуализацией применения приобретенных коммуникативных знаний и умений в конкретных производственных ситуациях.

Учитывая, что сегодня на процесс становления будущего специалиста оказывают влияние общемировые тенденции развития образования, при подготовке специалиста в вузе необходимо учитывать и зарубежный опыт подготовки специалистов.

Мир XXI века – век коммуникаций. Поэтому творческие студенты и специалисты, обладающие сформированной профессиональной культурой, которым свойственна коммуникативная компетентность, уверенность в себе, уравновешенность и напористость, получают определенные преимущества в профессиональной деятельности.

#### **Источники и литература:**

1. Вильчик Н. Н. Образование как сфера творчества: интерактивные технологии в преподавании курса «Коммуникационный менеджмент» / Н. Н. Вильчик // Модернизация высшей школы: обеспечение качества профессионального образования : материалы Всерос. науч.-практ. конф. : ч. 1. – Барнаул : Изд-во Алтайской академии экономики и права, 2004. – С. 203-205.
2. Зорин И. В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме / И. В. Зорин. – М., 1997. – 232 с.
3. Мудрик А. В. Социализация и смутное время / А. В. Мудрик. – М. : Знание, 1991. – 78 с.
4. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль : тексты. – М., 1996. – 556 с.
5. Работодатель и выпускник: вместе мы - сила! : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.job-today.ru/issue2/s20\\_05\\_3.htm](http://www.job-today.ru/issue2/s20_05_3.htm)
6. Шевцова Е. В. Взаимосвязь профессиональной и коммуникативной культуры личности будущего специалиста : [Электронный ресурс] // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия : Гуманитарные науки. – Ставрополь, 2003. – Вып. 10. – Режим доступа : <http://www.ncstu.ru>