

И. Б. Петрунь,
С. М. Филиппева,
Г. В. Яковенко

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СВЯЗЕЙ ВУЗОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

“Интернационализация”, “европеизация” - термины, которыми вузы по туризму оперируют чаще, чем понятием “глобализация”. Означает ли это, что глобализация не вписывается в рамки работы конкретных вузов и возможна глобальная компетенция в определенной сфере?

Само название “университет” предполагает, что эти вузы призваны служить универсальными источниками и механизмом управления глобализацией знания. Процесс глобализации компетенции, по мнению Ричарда Ламберта, характеризуется следующими аспектами:

- в формировании **знания** все важнее становится международный контекст информации,
- развивается **эмпатия культур**,
- вырабатывается **положительное отношение** к иностранным явлениям,
- все большую ценность приобретает **языковая компетенция**,
- одним из критериев **исполнительности** считается способность успешно работать в интернациональной среде.

Академические программы, ограниченные рамками определенных аспектов глобализации, приводят к конфронтации таких понятий, как "интернациональное" и "национальное", форма" и "содержание", "сотрудничество" и "конкуренция". По мнению футуролога Джона Найсбитта, движущей силой экономик XXI в. будет индустрия обслуживания, основанная на **телекоммуникации, информационных технологиях и туризме**. В масштабе всего мира глобализация знания по туризму складывается из интеграции знаний по туризму, взаимодействия образовательных учреждений и индустрии, формирования глобального академического сообщества по туризму. Уровень развития туристской индустрии в конкретных регионах и странах определяют степень и подход их отдельных учреждений и систем образования к интеграции. Как и во всякой междисциплинарной сфере, в туризме происходит вспышка знания. Она проявилась в США, на Севере Европы, а в Великобритании уже более 10 лет назад

туризм официально признан как область знания. Британская концепция знаний по туризму в 1996 г. была предложена Европейской Ассоциацией образования по туризму и отдыху АТЛАС как основа общеевропейской. Проект европейского “корпуса знания” по туризму включает следующие аспекты:

- **значение туризма** (основные определения, подходы к изучению, история, виды, мотивация, показатели туризма, туристские системы и действующие агенты, туризм и изменения);

- **туристская индустрия** (производственная система, секторы в регионах-поставщиках, секторы в регионах обслуживания, секторы транзитных регионов, характеристика секторов и их организация по функциям, структура взаимосвязей);

- **основные параметры и измерения туризма** (измерение спроса, типы спроса, география распределения и информация, измерения спроса и предложения, источники, интерпретация и использование данных по туризму);

- **важность и воздействие туризма** (экономическое, социальное, культурное, экологическое, политическое и иное взаимодействие, взаимодействие туристов и персонала);

- **маркетинг туристских услуг** (общая теория маркетинга и ее применение в туризме, поведение потребителя);

- **планирование и развитие туризма** (политический контекст, политика и организации общественного сектора, развитие туристской местности и туристических объектов, устойчивый туризм, взаимодействие общественного и частного секторов, нормативная база туризма);

- **управление ожиданиями туристов** (интерпретация, управление услугой и качеством, взаимодействие управления и потребления, подготовка кадров).

Фактически вузы Центральной и Восточной Европы еще только приступают к глобализации знания по туризму. Однако они могут быстро потерять свои рынки и место в глобальном академическом сообществе, если не начнут активнее и эффективнее взаимодействовать с индустрией и друг с другом.