

В. И. МИХАЙЛОВ,

профессор кафедры управления СПбГУП, доктор экономических наук

## ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ПРАКТИКИ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ЭКОНОМИКЕ И МЕНЕДЖМЕНТУ В СОВРЕМЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Опыт бизнес-школ и университетов на Западе показывает, что методам рыночной экономики трудно научиться только на основе теоретических курсов и традиционных семинаров и практических занятий<sup>1</sup>. Создание в университетах и бизнес-школах бизнес-центров — центров деловой практики (ЦДП) студентов и слушателей приносит несомненно больший успех, чем традиционная система обучения.

Потребности в деятельности ЦДП, например, в университете или бизнес-школе, имеющих специализацию по туризму и социально-культурной деятельности (СКС), определяются практикой студентов по специализациям: СКС и туризму, практикой в гостиничном и туристическом бизнесе. При этом у студентов и преподавателей появляется возможность заработать и совершать турпоездки, работая в своей стране и за рубежом.

Потребителями услуг ЦДП (сегментами рынка) являются:

- студенты по соответствующим специализациям (20–90 чел. ежегодно);
- студенты вузов Санкт-Петербурга (10–20 чел. ежегодно);
- желающие получить сертификат гидов-переводчиков и другие сертификаты в области туризма и гостиничного бизнеса;
- желающие заработать летом в туркомплексах в России и за рубежом (1–30 чел. ежегодно) и др.

В качестве продукции (услуг) ЦДП могут быть:

- индивидуальные и групповые турпоездки на автобусах, поездах по Европе в Хельсинки, Париж, Лондон, Берлин, Стокгольм, Рим, Вену и др.;

- подготовительные курсы для работы в отелях Европы по договору с турагентством;
- учебные курсы гидов-переводчиков и др.;
- языковые практики, обучение за рубежом;
- прием туристов из ближнего и дальнего зарубежья в Санкт-Петербурге;
- оформление виз и паспортов;
- бронирование мест в гостиницах, заказ билетов на поезда, автобусы, самолеты;
- платная работа студентов в турфирмах Санкт-Петербурга;
- продажа «горящих» путевок;
- создание рекламных сайтов в Интернете;
- изготовление и продажа видеоклипов туристских маршрутов.

К конкурентным особенностям ЦДП могут относиться:

- низкие цены предоставляемых услуг;
- ответственный и вежливый сервис;
- современные информационные технологии: Интернет, программные продукты: «Амадеус», «Турвин», реклама на сайтах и пр.;
- учебный центр на базе университета, бизнес-школы.

При проведении SWOT-анализа в качестве возможных угроз могут быть:

- конкуренция туристских компаний;
- зависимость от цен на автобусы, железнодорожные билеты, курса валют, рубля и форс-мажорных обстоятельств (теракты, война в Ираке, землетрясения, аварии и пр.);
- непонимание и отсутствие поддержки руководства университета, бизнес-школы;
- рэкет.

В качестве структуры ЦДП могут быть варианты:

- УЧЕБНОЕ подразделение в университете, бизнес-школе, свой счет, телефон, факс, Интернет;

<sup>1</sup> Drozdova T., Mikhailov V. UK NVQ Experience analysis for its introduction in Russia — UK. Manchester, 1997.

— ООО с учредителями: университет, бизнес-школа, кафедры экономики и менеджмента, туроператор или турагентство;

— ЗАО с акционерами.

Обычно штат ЦДП небольшой и состоит из директора, двух менеджеров и бухгалтера. Их зарплата может составлять 30–40 % от прибыли ЦДП.

Расходы при организации ЦДП состоят из следующих статей: получение лицензии и установка прямого телефона (разовый расход), отчисление от прибыли в университет, реклама в СМИ, зарплата бухгалтеру, оплата телефона, факса, Интернета, зарплата штатным сотрудникам до получения прибыли, расходы на бумагу, факс, картриджи ксерокса, принтер, питание.

Выводы:

1. Создание ЦДП студентов в университетах, бизнес-школах и других учебных

заведениях, обучающих рыночной экономике и менеджменту, целесообразно с учетом имеющихся потребностей и возможностей.

2. Первоначальные расходы на получение лицензии, текущие расходы и расходы на оборудование — небольшие и доступны любому учебному заведению.

3. ЦДП может приносить прибыль и давать студентам, слушателям и сотрудникам учебного заведения несомненную пользу практического опыта начала и продолжения бизнеса.

4. В качестве штатных сотрудников могут быть сотрудники кафедр по специализациям, преподаватели кафедр и студенты соответствующих специализаций.

5. Получение прибыли от ЦДП можно ожидать через 3–6 месяцев работы после организации структуры ЦДП.