



LATVIJAS LAUKSAIMNIECĪBAS UNIVERSITĀTE
Tehniskās fakultātes Izglītības un mājsaimniecības institūts



Irēna Kuliša

**TOPOŠO VIESMĪLĪBAS NOZARES VADĪTĀJU
APKALPOŠANAS KULTŪRAS ATTĪSTĪBA
STUDIJĀS AUGSTSKOLĀ**

Promocijas darba kopsavilkums

Pedagoģijas zinātņu doktora grāda iegūšanai
pedagoģijas zinātnes nozarē
augstskolas pedagoģijas apakšnozarē

Jelgava 2010

Promocijas darbs izstrādāts LLU Tehniskās fakultātes Izglītības un mājsaimniecības institūtā laika posmā no 2003.gada līdz 2010.gadam

Darba struktūra: promocijas darbs - disertācija 4 nodaļās

Darba autore Irēna Kuliša

Darba zinātniskā vadītāja *Dr.paed.* LLU asoc. profesore **Vija Dišlere**

Darba recenzenti:

Dr.paed. profesore **Velta Ļubkina**, Rēzeknes Augstskola

Dr.paed. profesore **Zenta Anspoka**, RPIVA

Ph.D. docente **Justina Erčulj**, Slovēnijas Primorskas Universitāte

Promocijas darba izstrāde finansēta no Eiropas Savienības Sociālā fonda



Ar promocijas darbu un tā kopsavilkumu var iepazīties LLU Fundamentālajā bibliotēkā (Lielā ielā 2, Jelgavā) un <http://llufb.llu.lv/llu-theses.htm>

Promocijas darba aizstāvēšana notiks LLU Tehniskās fakultātes Izglītības un mājsaimniecības institūtā, Pedagoģijas zinātņu nozares promocijas padomes atklātajā sēdē 2010. gada 2. decembrī plkst. 12.00 Jelgavā, Čakstes bulvārī 5, 336. auditorijā

LLU Pedagoģijas nozares

Promocijas padomes priekšsēdētāja

Dr.paed. LLU profesore **Baiba Briede**

© **Irēna Kuliša. Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstība studijās augstskolā – promocijas darba kopsavilkums**

© LLU

Lielā ielā 2, Jelgavā, LV-3001

Tirāža 70 eks.

Promocijas darba vispārējs raksturojums

Darbs sastāv no ievada, četrām nodaļām, secinājumiem un 30 pielikumiem. Darba apjoms - 164 lappuses (ar pielikumiem 304 lappuses), 29 tabulas, 25 attēli, 18 formulas, 304 bibliogrāfijas nosaukumi un interneta resursi latviešu, angļu, vācu un krievu valodās. Autore ir beigusi Latvijas Lauksaimniecības universitātes Izglītības un mājsaimniecības institūta pedagoģijas doktora studiju programmu. Kopējais pedagoģiskais darba stāžs ir 24 gadi, t.sk., 11 gadi augstskolā - četri gadi docenta amatā. Pašreiz ir docente Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskolā (studiju kurss „*Ēdināšanas industrija*”, „*Apkalpošanas kultūra*”). Strādājusi arī Biznesa Vadības koledžā (studiju kurss „*Ēdināšanas serviss*”), Ekonomikas un Kultūras augstskolā (studiju kurss „*Viesmīlības kultūra*”), Profesionālajā vidusskolā RSEBAA (priekšmeti „*Viesu apkalpošana*”, „*Ēdināšanas uzņēmumu darba organizācija*”) un citās izglītības iestādēs.

Kopš XX gs. pēdējām desmitgadēm planētas iedzīvotājus un to kultūru spēcīgi ietekmē tāds pasaules līmeņa process kā globalizācija. Globalizācijas process saasinājis esošās un radījis jaunas problēmas visdažādākajās cilvēces darbības jomās, tai skaitā arī izglītībā. F.Altbabs (*Education at a Glance*, 2003) definē globalizāciju kā ekonomiskas, tehnoloģiskas un zinātniskas tendences, kas vistiešākajā veidā skar augstāko izglītību un zināmā mērā ir neizbēgamas.

Globalizācijas apstākļos augstākās izglītības galvenais mērķis ir novirzījies uz ražošanas speciālistu izglītošana, bet pēc zinātnieka R.Hassana (Hassan, 2003) pētījumiem, augstskolas ideja tiek traktēta šaurā ekonomiskā nozīmē: virzība uz praktisko rezultātu. Sīvā konkurence veicina augstskolas kļūt elastīgākām izglītības telpas organizācijas veidos, orientēties savā attīstībā uz tirgus vajadzībām, nevis uz „universālām” zināšanām, kā arī aktīvi ieviest virtuālas studiju formas. „Augstskolas ir tik radikāli mainījušās, ka tipisks pagājušā gadsimta 60. un 70. gadu pasniedzējs, administrators vai students tās atpazītu ar grūtībām. Augstskolas šķīstu viņiem vairāk līdzīgas tirgus kompānijām vai reklāmas aģentūrām: tik lielā mērā augstskolas šodien iespaido peļņas, produkta, klientu, tirgus īpatsvara un brenda veidošanas problēmas” (Hassan, 2003, 79).

Taču jāatzīmē trīs galvenās pazīmes, kas liecina par augstākās izglītības saglabāto lielo lomu sabiedrības vajadzību apmierināšanā: studentu adaptācija to lomai sabiedrībā – socializācija, visu pilsoņu nodrošināšana ar sociālo mobilitāti, augstskolas kā neatkarīgas zinātnes un brīvu diskusiju atbalsta vietas uzturēšana.

Boloņas deklarācijā (*The Bologna Declaration*, 1999) noteikts jēdziens „Zināšanu Eiropa” kā „neaizvietojs sociālās un humānās attīstības faktors, kā arī nepieciešamā Eiropas pilsonības apvienošanas un bagātināšanas sastāvdaļa, kas var sniegt saviem pilsoņiem nepieciešamās ziņas, lai stātos pretī jaunās tūkstošgades izaicinājumam, vienlaicīgi izprotot vērtību kopību un piederību kopīgajam sociālajam un kultūras mantojumam”.

Mūsdienu Latvijas sabiedrības multikulturālais raksturs, saistībā ar sabiedrības globalizāciju, konsolidāciju un integrāciju, valsts sociokulturālās telpas

vienotības saglabāšanu, izvirza pedagogijas zinātnei un izglītības sistēmai teorētiski un praktiski risināmu problēmu kompleksu. Aktuāla ir jaunatnes audzināšanas problēma, kas saistīta ar spēju funkcionēt multikulturālā sabiedrībā.

Augstskolas kā intelektuālās kopienas funkcionēšanas prakse, kas veido komunikāciju, pamatojoties uz partneru līdztiesību, kultūras daudzveidības cieņu, varētu veidot tolerantu multikulturālas pasaules apziņu. Šāda ideālā universitāte kļūtu par garīgās aristokrātijas, masu sabiedrības aristokrātijas veidošanās vietu, par ko ar lielām cerībām rakstīja K.Jaspers (Ясперс, 1991, 145): „Pasaule sasniegtu savas vēstures kalngalus, ja masās tiktu realizēts tas, kas agrāk tika ierobežots aristokrātijas lokā. Tā ir audzināšana, dzīves kārtības disciplīna, spēja mācīties, pievērsties garīgai dzīvei, pārdomāt un izvērtēt, atrast vēsturiski saprātīgo asākājās vēsturiskajās kolīzijās, kritiski viens pret otru noskaņotajos un vienlaicīgi solidārajos cilvēkos”.

Tāpēc topošo viesmīlības nozares vadītāju (VNV) izglītības saturam jābūt orientētam ne tikai uz tirgus pieprasījumu, bet arī uz vajadzību attīstīties sociālā un kultūras vidē atbilstoši personiskiem ideāliem un laikmeta kultūrvēsturiskajām tradīcijām.

Ilgstošā laika periodā viesu apkalpošanas profesionālo prasmju un iemaņu veidošanā viesmīlības speciālistu studiju procesā galvenokārt tika akcentētas apkalpošanas un vadības procesa tehnoloģiskās sastāvdaļas. Augstskolās praktizētais VNV izglītības didaktisko paņēmieni kopums, kas pamatojas uz tehnoloģisko vērtību orientāciju, izraisīja viesmīlības vadītāju personības kultūras līmeņa pazemināšanos. Tehniskā pārsvars pār humāno neatbilst mūsdienu viesmīlības nozares prasībām. Personībai profesija iegūst cilvēcisku jēgu tikai tad, kad tajā atklājas kaut kas augstāks un pašvērtīgāks, un tieši savas individualitātes, savas neatkarīgās „cilvēciskās sejas” iegūšana daudzveidīgā un pretrunīgā kultūras pasaulē.

Mūsdienu kultūras apziņas stāvoklis nonāk pretrunā ar izglītības tradicionālā modeļa zināšanu racionālo, tehnoloģisko raksturu. Izglītības struktūra un saturs, kuru pamatā ir zināšanu paradigma, neatbilst mūsdienu kultūrai. Rezultātā tā nespēj nodrošināt savas misijas izpildi – cilvēces pieredzes adekvātu atspoguļojumu un efektīvu pārmantošanu. Pieaug kultūras lomas kā cilvēka darbības paņēmieni un rezultātu izpratne globālā mērogā; sociālās attiecības sāk izjust kultūras ietekmi, un tas izpaužas pilnīgi jaunās prasībās, kas tiek izvirzītas izglītības mērķiem, metodēm un saturam.

Acīmredzami, ka šādos apstākļos par svarīgu kļūst nepieciešamība analizēt topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstības būtību, mehānismus un tehnoloģijas, veikt šī procesa dinamikas, organizācijas un realizācijas īpatnību izpēti profesionālās izglītības procesā. Šai sakarā kā vienu no mūsdienīgās pedagogijas aktuālajām problēmām var minēt VNV studiju procesa līdzekļu un metožu piemērošanu. Tai pat laikā, aplūkojot topošo vadītāju izglītības teoriju un praksi viesmīlības jomā, redzams, ka apkalpošanas kultūras audzināšana profesionālās darbības apgūšanas laikā ne vienmēr tiek realizēta vajadzīgajā kvalitātē, jo studiju procesa organizācija, tehnoloģiskais nodrošinājums, pedagoģiskās pieejas un didaktiskie risinājumi ir nepietiekamā līmenī šī profila augstskolās. Par to arī liecina autores veikta VNV

augstākās profesionālās izglītības SVID un studiju programmu analīze. Tieši tāpēc vadītāju profesionālās izglītošanas gaitā apkalpošanas kultūras attīstības problēma kļūst par aktuālu pedagogijas teorijas un prakses virzienu.

Līdz ar to apkalpošanas kultūra VNV profesionālās augstākās izglītības studijās ir atvērta tēma jaunai teorētiskai izpratnei un jauniem eksperimentāliem pētījumiem. Jauna topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskā modeļa izstrāde sekmēs pedagogijas zinātnes izpētes jomas paplašināšanos un nodrošinās studentu – topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa paaugstināšanos. Topošā VNV apkalpošanas kultūras kompetences apgūšanas īpašā loma un nozīme aktualizējas multikulturālā sabiedrībā un adaptācija tajā prasa noteiktu personības attīstību.

Tas arī nosaka šī pētījuma aktualitāti – izstrādāt, teorētiski pamatot un eksperimentāli pārbaudīt – didaktisko modeli topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstībai.

Augstāk minēto problēmu aktualitāte noteica pētījuma tematikas izvēli: **Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstība studijās augstskolā.**

Pētījuma objekts. Viesmīlības nozares vadītāju studiju process augstskolā.

Pētījuma priekšmets. Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstība un izvērtēšana.

Pētījuma mērķis. Pamatot un izvērtēt apkalpošanas kultūras attīstību topošiem viesmīlības nozares vadītājiem, izmantojot didaktisko modeli „Apkalpošanas kultūra”.

Pētījuma hipotēze. Topošo VNV apkalpošanas kultūra studijās augstskolā attīstīsies, ja:

- tiks izmantots VNV apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” kā zinātniski pamatots konceptuālu atzinumu un didaktisku nosacījumu kopums;
- studentiem – topošiem VNV attīstīsies apkalpošanas kultūras kompetence kā apkalpošanas kultūras kritērijs.

Pētījuma uzdevumi

1. Analizēt un izvērtēt zinātnisko literatūru par personības attīstību dažādos vides kontekstos, ka arī par kulturizācijas, socializācijas un profesionālās attīstības procesiem augstskolas izglītības vidē.
2. Pamatot apkalpošanas kultūras būtību un tās nozīmi topošā VNV personības attīstības procesā, izstrādāt VNV apkalpošanas kultūras struktūru, izskaidrot tās struktūrdaļas un aspektus.

3. Teorētiski pamatot topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetenci, izstrādāt tās struktūru un attīstības līmeņa novērtēšanas kritērijus.
4. Pamatot un izstrādāt topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstības didaktisko modeli un tā realizācijas tehnoloģiju.
5. Izstrādāt komplekso ekspertu sistēmu "AHSC" topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības diagnostikai.
6. Aprobēt, eksperimentāli pārbaudīt izstrādāto modeli augstskolas izglītības praksē un izvērtēt, kā modelis sekmēs VNV apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa paaugstināšanos. Veikt: eksperimentālo datu rezumēšanu, interpretēšanu, savstarpējo salīdzināšanu un modeļa ekspertu vērtējumu.

Pētījuma metodoloģisko pamatu veido:

- personības jēdzieniskā izpratne: J.Anspaks (2003), L.Hjels, D.Ziglers (Хьелл, Зиглер, 1997), A.Karpova (1998), A.Ļeontjevs (Леонтьев, 1975, 1983), A.Petrovskis (Петровский, 1981), A.Vorobjovs (Воробьев, 1997) u.c.;
- personības attīstības teorijas: D.Felšteins (Фельдштейн, 1996), A.Ļeontjevs (Леонтьев, 1975), A.Petrovskis (Петровский, 1981), A.Vorobjovs (Воробьев, 1997), Ļ.Vigotskis (Выготский, 1983) u.c.;
- filozofiskās atziņas par kultūru: E.Dirkheims (Durkheim, 1956), G.Hofstede (Hofstede, 2005), M.Rokičs (Rokeach, 1968, 1973), V.Sagatovskis (Сагатовский, 1979), N.Smelzers (Смелзер, 1994), M.Šēlers (Шелер, 1994), M.Vēbers (Вебер, 1990) u.c.;
- personības kultūras izpratne: V.Biblers (Библер, 1997), M.M.Bahtins (Бахтин, 1979), M.Bubers (Бубер, 1993), P.Burdjē (Bourdieu & Passeron, 1979), I.Herders (Гердер 1995), O.Gasmans (Газман, 1989), G.Hēgelis (Гегель, 1971), S.Hesens (Гессен, 1995), M.Rokičs (Rokeach, 1968, 1973), V.Sagatovskis (Сагатовский, 1979) u.c.;
- kulturizācijas un socializācijas koncepcijas kā personības un vides mijiedarbības izpratne: U.Bronfenbrenners (Bronfenbrenner, 1979), E.Dirkheims (Durkheim, 1956), H.Gudjons (1998), E.Giddens (Гидденс, 1999), K.Hurelmans (Hurrelmann, 1991), I.Jurgena (2002), Č.Kūlijs (Кули, 1994), A.Ļeontjevs (1975), Dž.Mīds (Мид, 1994), A.Mudriks (Мудрик, 2003), T.Pārsons (Parsons, 1951), N.Smelzers (Смелзер, 1994), J.A.Students (1998), G.Zimmels (Зиммель 1996) u.c.;
- sociologu idejas par multikulturālās sabiedrības kultūras telpas attīstību un pilnveidošanu: B.Berijs (Barry, 2002), J.Hābermāss (Хабермас, 2001), I.M.Janga (Young, 1990), Dž.Koens (Коэн, 2003), B.Parekhs (Parekh, 2006), Č.Teilors (Taylor, 1994), M.Vevjorka (Wieviorka, 1998) u.c.;

- izpratne par apkalpošanas kultūru: J.H.Gitomers (Gitomer, 2004), L.Hekmans (Hickman, 2001), A.Krēbers (Кребер, 2004), D.Meijers (Meyer, 2006), A.Neveļevs (Невелев, 2000), V.Slasteņins (Сластенин, 1994), E.Teflers (Telfer, 1996), E.Šeins (Шейн, 2002) u.c.;
- izpratne par kompetenci kā daudzkomponentu struktūru, kuru veido dažādi integrēti elementi, kas izpaužas noteiktās darbībās, izpildot dažādus uzdevumus: R.Bojancis (Boyatzis, 1982), V.Briede (2009), T.Djurāns (Durand, 1997), R.Garleja (2006), A.V.Hutorskis (Хуторский, 2003), V.Hutmahers (Hutmacher, 1997), S.V.Perijs (Parry, 1996), A.Rauhvargers (2004), Dž.Ravens (Равен, 2002), I.Tiļa (2005), I.Zimņaja (Зимняя, 2003) u.c.;
- humānisma un izglītības vienotības koncepcija: Š.Amonašvili (Амонашвили, 2001), I.Beļickis (1995), M.Bahtins (Бахтин, 1975, 1979, 1986), V.Biblers (Библер, 1997, 1991), D.Djuī (Дьюи, 2000), H.Gadamers (1999), J.A.Komenskis (1992), A.N.Ļeontjevs (Леонтьев, 1975, 1983), A.Maslou (Maslow, 1954), A.K.Rodžers (Rogers, 1990), A.Špona (2001), Ļ.Vigotskis (Выготский, 1960, 1991, 1996), I.Žogla (2001) u.c.;
- dialogs kā personības pašattīstības nosacījums, līdzeklis un mērķis: M.Bahtins (Бахтин, 1979, 1986), V.Biblers (Библер, 1991), M.Bubers (Бубер, 1993), N.Burbules (Burbules, 1993), H.Bušs (Буш, 1985), H.Gadamers (1999), J.Hābermāss (Habermas, 1984a) u.c.

Ekspērimētā izmantotas kvalitatīvās un kvantitatīvās pētījuma metodes: L.Beļavskis, R.Livends (Bielawski, Lewand, 1991), A.P.Častikovs (Частиков, 2003), V.S.Čerепанovs (Черепанов, 1989), D.Džaratano, G.Rajlijs (Джарратано, Райли, 2007), I.N.Pustiņikova (Пустынникова, 2001) u.c.

Datu ieguves un matemātiskās apstrādes metodes: A.Buhnins (Бухнин, 2001), I.I.Jeliseeva (Елисеева, 2006), Dž.Hilli (Хили, 2005), A.J.Kozlovskis (Козлов, 2003), A.Orlovs (Орлов, 2002).

Pētījumu metodes:

1. Teorētiskās metodes:
 - 1.1. pedagoģiskās, filozofiskās, psiholoģiskās, socioloģiskās, viesmīlības zinātniskās literatūras analīze, atziņu apkopojums un izvērtēšana;
 - 1.2. normatīvo aktu (LR un ES dokumentu) analīze.
2. Empīriskās metodes:
 - 2.1. SVID analīze;
 - 2.2. Datu ieguves metodes:
 - 2.2.1. studentu, docētāju un darba devēju izlases aptaujas;
 - 2.2.2. studentu apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa diagnostika;
 - 2.3. Datu analīzes metodes:

2.3.1. kvalitatīvās: ekspertu sistēmas analīze, modeļa eksperimentālā pārbaude, ekspertanalīze:

- datu matemātiskai apstrādei tika izmantota datorprogramma „Mazā Ekspertu Sistēma” v 2.0;
- datu vizualizēšanai tika izmantota *Excel, Word un CorelDraw* datorprogrammas;

2.3.2. kvantitatīvās: korelācijas analīze - korelācijas koeficientu aprēķini tika veikti, lietojot *MS Excel* datu analīzes paketi;

2.4. Didaktiskā modeļa ekspertu vērtēšana.

Pētījumu bāze un respondenti:

„Tūrisma uzņēmējdarbības vadītājs” studiju programmas un „Viesmīlības menedžments” specializācijas studiju programmas 189 pirmā kursa studenti no:

1. Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskolas (Latvija, Rīga) – 124 studenti.
2. Klaipēdas Biznesa un tehnoloģiju koledžas (Lietuva, Klaipēda) – 22 studenti.
3. Viesnīcu Menedžmenta koledžas (Serbija, Belgrada) – 43 studenti.

1. tabula

Promocijas darba izstrādes posmi

Posmi	Teorētiskās studijas	Praktiskā darbība
2003.-2005. gads. Esošās situācijas analīze, problēmu apzināšana, pētījuma objekta, priekšmeta, temata izvēle.		
1. posms	<ol style="list-style-type: none"> 1. Topošo VNV profesionālās un akadēmiskās izglītības pieredzes analīze un izvērtēšana 2. Temata precizēšana, mērķa un uzdevuma formulēšana. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pedagoģiskā darbība (kopš 1986. gada), t.sk., augstskolā (kopš 1999. gada) topošo VNV izglītošanā. 2. VNV profesionālās izglītības satura analīze.
2005.-2006. gads. Hipotēzes par topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstību studijās augstskolā izveide.		
2. posms	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personības attīstības dažādos vides kontekstos izpēte. 2. Jēdziena „apkalpošanas kultūra” izpēte, tā struktūras pamatojums viesmīlības kontekstā. 3. Kompetences kā VNV apkalpošanas kultūras attīstības rādītāja izpēte. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autorprogrammas „Apkalpošanas kultūra” izstrāde. 2. Didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” izstrāde.

Posmi	Teorētiskās studijas	Praktiskā darbība
2. posms	4. Topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriju izstrādāšana. 5. VNV personības specifisko iezīmju pamatojums multikulturālā sabiedrībā. 6. Topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstības studijās augstskolā pamatojums.	
2007.-2009. gads. Hipotēzes precizēšana.		
3. posms	1. Literatūras izvērtējums par tematu - "Kā apkalpošanas kultūras izglītība veicina studentu personības attīstību". 2. Literatūras izvērtējums par tematu - "Kā studentu izpratne par apkalpošanas kultūru veicina viņu personības attīstību". 3. Literatūras izvērtējums par personības attīstību un apkalpošanas kultūras kompetencēm.	1. Pedagoģiskā eksperimenta plānošana. 2. Pedagoģiskās diagnostikas instrumentārija izstrāde (kompleksā ekspertu sistēma „AHSC”), adaptācija un eksperimentālā pārbaude. 3. Eksperimentālie pētījumi. 4. Pedagoģiskās diagnostikas instrumentārija (kompleksā ekspertu sistēma „AHSC”) korekcija. 5. Sākotnējā respondentu diagnosticēšana. Studentu apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa noteikšana. 6. Didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” aprobācija. 7. Eksperimentālu nodarbību organizēšana.
2008.-2009. gads. Darbā lietoto jēdzienu precizēšana, hipotēzes atkārtotā pārbaude.		
4. posms	1. Teorētisko un eksperimentālo datu rezumēšana, interpretēšana un savstarpējā salīdzināšana. 2. Publikāciju sagatavošana un līdzdalība starptautiskās konferencēs.	1. Noslēdzošā respondentu diagnostika. 2. Pedagoģiskā eksperimenta rezultātu analīze. Topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības dinamikas izpēte.

Posmi	Teorētiskās studijas	Praktiskā darbība
4. posms		3. Eksperimentālo datu statistiskā apstrāde. 4. Didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” ekspertu vērtēšana. 5. Secinājumu apkopošana. 6. Promocijas darba noformēšana.

Avots: autore konstrukcija

Pētījuma teorētiskā novitāte un nozīmība

1. Pamatota VNV apkalpošanas kultūra kā speciālista personības sistēmkrasturojums, kas aptver humāno un tehnoloģisko struktūrdaļu un ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus.
2. Pamatota VNV apkalpošanas kultūras kompetence kā integrāls VNV personības īpašību kopums; izstrādāti individuālās, starpkultūru un profesionālās apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji.
3. Izstrādāts, eksperimentāli aprobēts, ieviests un izvērtēts VNV apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”.

Pētījuma praktiskā nozīmība

1. Izstrādāta autorprogramma studiju kursam „Apkalpošanas kultūra”, iekļaujot tajā apkalpošanas kultūras aspektus (ētiskais, estētiskais, psiholoģiskais, organizatoriskais) un kompetences novērtēšanas kritērijus.
2. Sagatavoti metodiskie materiāli, kas veicina VNV apkalpošanas kultūras attīstību studijās augstskolā (mācību līdzekļi un grāmatas: *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss I”*; *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss II”*; „*Restorānu bizness - no idejas līdz realitātei*”; „*Kokteiļu grāmata 50MIX&FIX*”; „*Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana*”).
3. Izstrādāta kompleksā ekspertu sistēma „AHSC” studentu – topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības diagnostikai.

Pētījuma robežas

Promocijas darbs *Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstība studijās augstskolā* izstrādāts pedagoģijas zinātnes nozarē augstskolas pedagoģijas apakšnozarē.

Promocijas darbā pētīta studentu personības attīstība, izvērtējot zinātnisko literatūru no 1957.g.. Topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstības didaktisko modeli „Apkalpošanas kultūra” autore izstrādājusi, balstoties uz savu pieredzi, strādājot ISMA kopš 1999. gada, un izvērtējot profesionālo zinātnisko literatūru kopš 1979.g..

Eksperimentālais pētījums attiecās uz studiju kursu „Apkalpošanas kultūra”. Eksperimentālais pētījums veikts trijās augstākās izglītības iestādēs: Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskolā (Latvijā), Klaipēdas Biznesa un tehnoloģiju koledžā (Lietuvā), Viesnīcu Menedžmenta koledžā (Serbijā). Pētījumā piedalījās visu triju augstskolu „Tūrisma uzņēmējdarbības vadītājs” studiju programmas un „Viesmīlības menedžments” specializācijas studiju programmas 189 pirmā kursa studenti, kuriem "Apkalpošanas kultūra" ir obligātais studiju kurss.

Didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” ir veidots kā oriģināls didaktisku nosacījumu kopums, kas prioritāri nodrošina VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstību visā to daudzveidībā, aptverot divas autorei ieteiktās struktūrdaļas (humānā un tehnoloģiskā) četros aspektos: ētiskā, estētiskā, organizatoriskā, psiholoģiskā.

Topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības diagnostika veikta, izmantojot komplekso ekspertu sistēmu „AHSC”.

Tēzes aizstāvēšanai

1. VNV apkalpošanas kultūra kā VNV personības kultūras attīstības sastāvdaļa **satur ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus** trijos dažādos tās kompetences līmeņos, **nodrošinot humānās un tehnoloģiskās kultūras līdzsvaru.**
2. VNV apkalpošanas kultūras attīstības **didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”** kā zinātniski pamatots konceptuālu atzinumu (izmantojot humānisma, kompetenču un kulturoloģisko pieejas) un didaktisku nosacījumu kopums, **nodrošina topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstību.**
3. Promocijas darba ietvaros izstrādātie **apkalpošanas kultūras kompetences attīstības novērtēšanas kritēriji un līmeņi**, kas ietverti autorei izstrādātajā **ekspertu sistēmas kompleksā („AHSC”)** un aptver topošo VNV apkalpošanas kultūras ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus, **izmantojami apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa diagnosticēšanai.**

Promocijas darba saturs

1. nodaļā „Personības attīstība dažādos vides kontekstos” aktualizēts jautājums par personību, tās attīstību kultūras, sociālas, profesionālās un augstskolas vides mijiedarbībā.

Kulturizācijas, socializācijas un profesionālās attīstības procesi augstskolas izglītības vidē veido apkalpošanas kultūras izglītības būtību un jēgu, kā arī nosaka visa izglītības procesa vērtību sistēmu. „Mūsdienīga izglītība, kas ir jaunas pasaules sabiedrības radīšanas procesa dalībniece, ir personības attīstības problēmu, tās zināšanu un spēju darboties centrā. Par augstākās izglītības prioritāriem uzdevumiem kļūst vispusīga, pirmkārt, garīga personības attīstība, zināšanu apguve, socializācija, kurai ir noteicošā loma komunikācijas spēju attīstībā, uzskatu apmaiņā un pozīciju salīdzināšanā, atšķirību atzīšanā un pieņemšanā, principa „dzīvot kopā” sabiedrībā apgūvē, jo izglītība veido nevis cilvēku vispār, bet cilvēku konkrētā sabiedrībā un šai sabiedrībai” (Манхейм, 1994). Autore pilnībā atbalsta šādu personības attīstības pozīciju un uzskata to par sekmīgu mūsdienu izglītības rezultātu.

Jebkura studenta personības attīstību ietekmē vide. Cilvēka saskarsmes raksturs, izturēšanas veids, cilvēka rīcības, uzvedības aktīvā saistība, iekšējā sakarība ar apkartējām lietām palīdz veidoties cilvēka personībai, ko raksturo neatkārtojamo īpašību kopums, kas nosaka personas izturēšanos, attieksmi un izpaužas aktīvā, apzinīgā dzīves darbībā (Vorobjovs, 1996). Cilvēks piemērojas apkartējai videi un viņam veidojās dažādas attieksmes. Kā atzīst R.L.Hons (Хон, 2005), dažāda vide ietekmē arī mācīšanās rezultātus. Studenta personība attīstās kultūras, sociālo, profesionālās darbības un augstskolas izglītības vides mijiedarbībā.

1.1. apakšnodaļā „Personības jēdziena kultūrvēsturiskais raksturojums” veikta jēdziena „personība” analīze.

Personības izpēte nav tikai atsevišķu individuālo īpašību, cilvēka psihisko procesu un stāvokļa izpēte, bet pētījums par cilvēka vietu un pozīcijām sabiedrisko attiecību sistēmā, pētījums par to, kā vārdā un kādā veidā cilvēks lieto iedzimtās un iegūtās spējas: J.Anspaks (2003), Л.Хьелл, Д.Зиглер (1997), А.Карпова (1998), А.Н.Леонтьев (1983, 1975), А.В.Петровский (1981), I.Sarnoff, P.Zimbardo (1961), А.Воробьев (1997) u.c.

Nozīmīgākā pieeja, kas izmantojama VNV personības attīstībā, ir kultūras vēsturiskā pieeja: Л.С.Выготский (1983), Д.И.Фельдштейн (1996), А.Н.Леонтьев (1975), А.В.Петровский (1982), Г.Терборн (1999). Analīzes centrālā kategorija, kas ļauj izprast personību, ir kategorija „darbība”. Tieši darbībā cilvēks rada garīgās un materiālās kultūras priekšmetus, pārveido savas spējas, saglabā un pilnveido dabu, veido sabiedrību, rada to, kas bez aktivitātēm nespētu pastāvēt. Gan cilvēka apziņa un vajadzības, gan cilvēka personība veidojas, rodas sabiedriskās attiecībās, kurās indivīds iesaistās savas darbības procesā. Šī teorija kalpo par teorētisko pamatu personības attīstības un pašattīstības organizācijai, kas pamatojas uz to, ka cilvēka visu būtisko spēku attīstība, zināšanu un pieredzes iegūšana norisinās mērķtiecīgi organizētas darbības procesā.

Ar personības attīstību saprot likumsakarīgas kvalitatīvas pārmaiņas dzīves, sociālo un garīgo procesu norisē, kas nosaka tādu kvalitāšu iegūšanu, kas raksturo indivīdu kā personību. Personība sabiedrībā tiek aplūkota kā subjekts. Tieši kā subjekts indivīds paceļas līdz personības līmenim, realizējot sevi saskarsmē, izziņā un radošā darbībā.

1.2. apakšnodaļā „Personības kultūras izpausmes sabiedrībā” apskatīti jēdzieni „kultūra” un „personības kultūra”.

Kultūras problēmai veltīto darbu analīze: В.Дильтей (1987), E.Durkheim (1956), М.Фуко (1994), Н.Gadamers (1999), Г.Гегель (1993), И.Г.Гердер (1995), В.Гумбольдт (1985), Е.Гидденс (1999), К.Гирц (1997), К.Ясперс (1991), О.Конт (1996), И.Кант (2005), К.Леви-Строс (2001), Т.Парсонс (2002), Ж.Р.Сартрс (1946), Н.Смелзер (1994), Е.Тайлор (1989), А.Тойнби (1991), Ф.Теннис (2002), Ф.Шеллинг (1989), О.Шпенглер (1998), М.Вебер (1990), Г.Зиммель (1996) liecina par to, ka jēdziens „kultūra” tiek lietots kā sabiedrības un personības radošo spēku un spēju, pasaules uzskatu, zināšanu, prasmju un attieksmju, intelektuālās, tikumiskās un estētiskās izaugsmes raksturojums, kas izpaužas radītajās materiālajās un garīgajās vērtībās, sociālo normu un institūciju sistēmā, cilvēku attieksmju kopumā pret dabu, savā starpā un pašam pret sevi, kā arī savstarpējās saskarsmes, izturēšanās un darbības veidos un formās sabiedriskās dzīves konkrētajās jomās.

Kultūras teorijā vērtībām ir īpaša vieta. Вѳртѳба рѳс С.Анисимов (1985, 1988), В.Франкл (1990), S.Hesena (Гессен, 1995), Г.Гегель, 1993), А.Карповас (1994), М.Рокеач (1968, 1973), В.Сагатовский (1979), М.Шелер (1994), М.Вебер (1990) ir jēdziens, kas norāda uz īstenības faktu un parādību kultūras, sabiedrisko vai personisko nozīmi. Visa pasaules daudzveidība var tikt apskatīta kā „priekšmetu vērtība”. Pie tādām vērtībām var pieskaitīt cilvēku materiālās un garīgās darbības priekšmetus, sabiedriskās attiecības un to lokā ietvertās dabas parādības, kam cilvēka dzīvē ir pozitīva nozīme un kas spēj apmierināt daudzveidīgās cilvēku vajadzības.

Вѳртѳбас ir personības индивидуālās kultūras pamatā, veidojot atsevišķas personības garīgi tikumisko telpu un izceļot тās unikalitāti. Personības kultūras kodols ir subjektīvie rādītāji, kas nosaka garīguma, brīvības, radošuma, atbildības, humanitātes pakāpi, t.i. индивидуālā kultūra: R.Алиевс (2005), И.Г.Гердер (1995), Г.Гегель (1971), С.И.Гессен (1995), А.Швейцера (1991), *Песталоцци* (1998), В.Франкл, 1990).

Вairāki zinātnieki: P.Bourdieu, J.C.Passeron (1979), И.Г.Фихте (1993), Г.Гегель (1990), И.Кант (2005), Ф.Шеллинг (1989), Г.Зиммель (1996) personību uzskata ne tikai kā sabiedrisko apstākļu produktu, bet arī kā aktīvo sociālo subjektu, kas veido šos sociālos apstākļus. Personība ir spējīga kļūt par aktīvu sociālās ietekmes pavadoni un pati veikt sociālo apstākļu pārveidošanas funkciju, pateicoties tieši argūtajām sabiedriskām normām, vērtībām, idejām un prasmēm, t.i. pateicoties visam, kas veido personības kultūru. Personības kultūra aplūkojama kā personības индивидуāli argūta sabiedrības kultūra.

Цилvēкс ir unikāla kultūras pasaule, kas stājas mijiedarbībā ar citu personību kultūrām, veido sevi šajā mijiedarbības procesā un iedarbojas uz citiem. Sava „es”

apzināšanās norisinās saskarsmē ar citiem, tādā dialogā ir vitāli nepieciešams personības kultūras attīstībā. Tikai dialogā personība pastāv kā personība un tikai dialogā var tikt panākta tās adekvāta izpratne: М.М. Бахтин (1979), В.С.Библер (1997), М.Бубер (1993), Ж.Хабермас (1984a).

Kultūra nav iespējama bez radošuma. Radošā darbība kā nepieciešams apstākļi ietver sevī subjekta iedzīvošanos kultūrā, cilvēku iekšējās darbības rezultātu aktualizāciju: Ш.А.Амонашвили (2001), Р.Бebre (2003), Ж.П.Сартрс (1946). Daudzpusīgas cilvēku radošās darbības rezultātā rodas jaunas vērtības un jauna kultūra.

Personības kultūra aptver gan personības būtiskākās īpašības, gan arī izglītību: Н.Гадмерс (1999), Г.Герель (1990). Personības kultūra ir cilvēka izglītības priekšnosacījums un rezultāts, cilvēks izglītojoties apgūst vispārcilvēcisko kultūru un pieredzi un, pretēji, izglītojoties viņš var to radīt un bagātināt.

Var secināt, ka personības kultūra aplūkojama kā personības individuāli apgūta sabiedrības kultūra, kuru veido vērtības, zināšanas, prasmes un attieksmes un tā izpaužas dialogā un radošā darbībā. Personības kultūra aptver gan personības būtiskākos rādītājus (garīgums, brīvība, radošums, atbildība, humanitāte), gan arī izglītību.

1.3. apakšnodaļā „Kulturizācija kā personības un kultūrvides mijiedarbība” ir aktualizēts jautājums par personības kulturizācijas nozīmi mūsdienīgā augstskolā, kas izpaužas kā personības subjektīvās pieredzes bagātināšanās ar kultūras vērtībām un cilvēces mantojumu kopumā, plaša kultūras apgūšana un kompetences attīstībā studenta kultūras pasaulei.

Kulturizāciju izprot kā ieaugšanu kultūrā, kā kultūras mācīšanos (Jurgena, 2002). Kulturizācijas procesā cilvēks iemācās attīstīt sevi un, balstoties uz to, spēj darboties. Studijas un audzināšana С.Френе (1990), Н.Гуджонс (1998), J.A.Students (1998), I.Žogla (2001) veicina attīstību un kulturizāciju. Kultūru rada, ceļ un veido cilvēks, bet tas cilvēkiem iespējams tikai tad, ja viņš par cilvēku ir audzināts.

Attīstība norisinās, pamatojoties uz zināšanu apguvi, kā arī apgūstot cilvēcisku attiecību kultūru, darbības veidus un vispārcilvēciskas vērtības. Attīstības efekts, savukārt, rada priekšnoteikumus fundamentālai zināšanu, darbības veidu apgūšanai, personības ieiešanai kultūras kontekstā. Tam nepieciešama mērķtiecīga studiju un audzināšanas procesa organizācija.

1.4. apakšnodaļā „Personības attīstība sociālajā vidē” ir apskatīts studenta personības attīstības process sociālās vides ietekmē, kurš tiek identificēts kā socializācijas process. Socializācija ir process, ar kura palīdzību indivīds apgūst savas grupas normas tā, ka caur paša Es veidošanos izpaužas šī indivīda vai personības unikālā daba.

Dažādās pieejās tiek uzsvērtas tik integratīva jēdziena kā „socializācija” atšķirīgās puses.

Socializācija tiek aplūkota kā kultūras nodošana no paaudzes uz paaudzi, kā sociālā mantojuma vispārējs mehānisms, kas aptver gan sociālās, gan izglītības vides

ietekmi: U.Bronfenbrenner (1979), P.A.Morris (1998), E.Durkheim (1956), L.Kohlberg (1981), A.Мудрик (2003), J.Rotter (1982).

Socializācija paredz starppersonu mijiedarbību, saskarsmi, bez kā nav iespējama personības veidošanās un pasaules uzskata nostiprināšanās: А.Бандура (2000), U.Bronfenbrenner (1979), Э.Гидденс (1999), К.Нуррелманн (1988), А.Мудрик (2003), Ж.Пиаже (1994), Л.Выготский (1996).

Socializācija atspoguļo to, kā personība apgūvusi sabiedrības izstrādātās normas, vērtības, nostādnes, stereotipus: К.Нуррелманн (1991), Н.Смелзер (1994), М.Пļавниесе, D.Škuškovnika (2002), А.Špona (2001).

Socializācija veicina radošas personības pašrealizāciju un pašaudzināšanu: Д.Фельдштейн (1994), Ч.Кули (1994), Дж.Мид (1994), А.Мудрик (2003).

Ar socializāciju saprot indivīda harmonisku ieešanu sociālajā vidē, sabiedrības vērtību sistēmas apgūšanu, kas ļauj viņam sekmīgi funkcionēt kā šīs sabiedrības loceklis.

1.5. apakšnodaļā „Personības profesionālā attīstība” ir apskatīta studenta kā personības un kā darbības subjekta attīstība.

Profesionālā attīstība ir process, kurā indivīds apgūst sabiedrības profesionālo kultūru, integrējas profesionālajā sistēmā ar profesionālo vērtību, tradīciju un profesionālas izturēšanās normu apgūšanas palīdzību. Profesionālās zināšanas, prasmes un attieksmes veido personības profesionālo potenciālu. Profesionālās darbības laikā norisinās pārveidošanās un izpildes veidu maiņa atkarībā no pašapziņas attīstības dinamikas, kas tad arī sekmē personības attīstību.

Personības profesionālā attīstība ir personības un profesionālās vides aktīvas mijiedarbības rezultāts. Par personības profesionālās attīstības sistēmveidojošu faktoru J.Povarenkovs (Поваренков, 2002) uzskata individuālo (subjektīvo) un sociālo (objektīvo) faktoru konverģenci. Konkrētas darbības apgūšanas procesā, subjekta saskarsmē ar jauniem uzdevumiem, profesionālās situācijās un nestandarta apstākļos pastāvīgi rodas pretrunas starp darbības izvirzītajām prasībām un atsevišķu personu izglītības attīstības līmeni, kā arī psihs profesionāli orientētajām strukturām. Šīs pretrunas arī ir subjekta profesionālās darbības attīstības galvenais virzītājspēks. Subjekts darbībās, radošās pašdarbības aktos tiek ne tikai atrasts un izpaužas tajos, bet arī rodas un veidojas: I.Jurgena (2002), А.В.Петровский (1981), С.Л.Рубинштейн (2002), И.Зимняя (1997).

Studenta – kā topošā profesionāļa attīstība augstskolā norisinās vairākās atšķirīgās vidēs:

- profesionālā attīstība studiju laikā, kā VNV speciālista augstskolas izglītības vidē, kad students savstarpēji sadarbojas ar citiem profesionāli izglītojošā procesa subjektiem (docētājiem, lielākām vai mazākām kursa biedru grupām);
- profesionālā attīstība studenta prakses laikā profesionālās darbības vidē - uzņēmumos, kad students, kā topošais speciālists mijiedarbojas ar kolēģiem, viesiem;

- profesionālā attīstība sociālajā vidē, saskarsmē ar personām ārpus studiju laika (ar kursa biedriem un augstskolas studentiem);
- profesionālā attīstība kultūrvidē, saskarsmē ar multikulturālās sabiedrības pārstāvjiem.

Kulturizācijas, socializācijas un profesionālās attīstības procesi augstskolas izglītības vidē veido apkalpošanas kultūras izglītības būtību un jēgu, kā arī nosaka visa izglītības procesa vērtību sistēmu.

1.6. apakšnodaļā „Viesmīlības nozares vadītāja personības specifisko iezīmju pamatojums multikulturālā sabiedrībā” raksturota multikulturāla sabiedrība, kuras ietvaros norisinās personības profesionālā darbība un tās ietekme uz viesmīlības nozares vadītāja personības attīstību.

Multikulturālā sabiedrībā, savstarpēji mijiedarbojoties, cilvēki saskaras ar apkārtējās kultūras vides daudzveidību, atšķirīgu etnisku vērtību sistēmu, kas bieži vien saasina adaptēšanās problēmu un dažkārt izraisa cilvēka etniskās identitātes transformāciju. Multikulturālās sabiedrības kultūras vides attīstībai un pilnveidošanai nepieciešams atrisināt divējādas dabas uzdevumu: pirmkārt, etnisko grupu kultūras savdabības (kultūras identitātes) saglabāšana un attīstība; otrkārt, visas sabiedrības integrācijai nepieciešamā vienotas kultūras telpas veidošana: B.Barry (2002), N.Glazer (1998), J.Habermas (1994), I.M.Young (1990), V.Kymlicka (1995), B.Parekh (2006), C.Taylor (1994), R.Todd (1994), M.Wieviorka (1998).

Mūsdienu zinātnē norisinās pastāvīga diskusija par tādas sabiedrības organizācijas veidiem, kurai raksturīgs plašs kultūras atšķirību spektrs. Pēc J.Hābermasa (Хабермас, 2001) domām, kā modernisma laikmeta sabiedrībai, tā arī multikulturālai sabiedrībai aktuāla ir harmoniska proporcija starp vispārējām vērtībām un atšķirībām.

Multikulturālās sabiedrības integrācija jārealizē, pamatojoties uz tautu, to valodas un kultūras līdztiesīgu līdzāspastāvēšanu, tā rezultātā sabiedrība kļūs par patiesi multikulturālu sabiedrību, saglabājot kultūras tradīciju daudzveidību.

Nav iedomājams atrisināt šo problēmu, neveidojot jauna tipa vadītāju, kura aicinājums būtu realizēt savu profesionālo darbību multikulturālas sabiedrības apstākļos, kam piemistu zināšanas par cittautu kultūrām, saskarsmes ētiskām un tiesiskām normām multikulturālā vidē, kā arī tolerance, spējas realizēt multikulturālu dialogu un apzināties atšķirīgu kultūru īpatnības un vispārcilvēciskas vērtības.

2. nodaļā „Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūra” aplūkota viesmīlība kā profesionālās darbības nozare un definēta viesmīlības būtība. Attēlota apkalpošanas kultūras būtība, struktūra, izskaidrotas struktūrdaļas un aspekti, kā arī tās nozīme topošā VNV personības attīstības procesā, realizējot profesionālu darbību. Veikta pieeju analīze pedagoģijā un vadībā, nosakot kompetences jēdzienu un struktūru. Izstrādāta topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras (VNVAK) kompetences struktūra un saturs. Izstrādāti kritēriji ļauj noteikt topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeni.

2.1. apakšnodaļā „Viesmīlība kā profesionālās darbības nozare” ir raksturota viesmīlība kā apkalpošanas nozare (Walker, 2008), kas nodarbojas ar izmitināšanu, ēdināšanu un piedāvā pārvadāšanas pakalpojumus un rekreāciju.

Viesmīlības nozarei raksturīgi tas, ka, radot kvalitatīvu viesmīlības pakalpojumu (Kotler, Bowen, Makens, 2002), galvenais akcents tiek likts uz apkalpošanas kultūru. Konkurences cīņā patērētāju pakalpojumu tirgū priekšgalā izvirzās tas uzņēmums, kurā ir radīti visi nepieciešamie apstākļi augsta līmeņa apkalpošanas kultūrai. Viesmīlības nozares vadītāja (VNV) galvenais pienākums ir kvalitatīvi apkalpot ikvienu cilvēku, radot viņam svētķu sajūtu, attiekties pret viesi tā, kā vēlētos, lai izturas pret pašiem.

2.2. apakšnodaļā „Viesmīlība kā kultūrvēsturiskais fenomens” dots jēdziena „viesmīlība” skaidrojums kā fundamentālās kultūras jēdzienam, kuram piemīt savas nacionālās īpatnības un nokrāsas. Neskatoties uz savu daudzšķautņaino raksturu, viesmīlība ir sirsnīga uzņemšana, mierīgas, labestīgas un draudzīgas atmosfēras radīšana. Viesmīlība attīstījies vairāku gadsimtu garumā. Viesmīlība ir dažādu tautu kultūru savstarpēji savijies rakstu kaleidoskops, kur katra no tautām nozares pilnveidošanā ir devusi savu ieguldījumu. Var atzīmēt, „ka grūti sniegt pilnīgu un precīzu viesmīlības definējumu, taču katrs no mums uzreiz pamanīs tās trūkumu” (Браймер, 1995). Jēdziena „viesmīlība” pamatā vienmēr ir rūpes par viesiem: P.A.Браймер (1995), P.Kotler, J.T.Bowen, J.C.Makens (2002), M.Platace (2000), J.Walker (2008), Л.П.Воронкова (2004) un to var skaidri redzēt viesmīlības nozares vēsturē. Viesmīlības jēdzienu veido iedzīvotāju apkalpošanas veidu kopums.

2.3. apakšnodaļā „Apkalpošanas kultūras jēdziens” ir veltīta jēdziena „apkalpošanas kultūra” izpētei.

Apkalpošanas kultūru nosaka viesmīlības nozares uzņēmuma politika. Šai sakarā apkalpošanas kultūru var aplūkot kā organizācijas kultūru, kas paredz viesu apkalpošanu, pamatojoties uz izstrādātiem noteikumiem, procedūram, praktiskām iemaņām un prasmēm: C.Michon, P.Stern (1985), G.Morgan (1986), A.M.Pettigrew (1979), Э.Шейн (2002).

Apkalpošanas kultūras jēdziens aptver gan garīgo, gan materiālo sabiedrības dzīves pusi, kā sociāli tipiskās, tā arī cilvēka individualitātes izpausmes. Tas ir apvienojums, ko veido tehnoloģiska apkalpošana un viesmīlība dialoga procesā starp viesi un viesmīlības vadītāju (Meyer, 2006). Viesmīlības nozares apkalpošanas kultūras specifika multikulturālā sabiedrībā izpaužas tādā veidā, ka apkalpošanas procesa subjekti satiekas ar viesiem, dažādu kultūru pārstāvjiem, viens ar otru. Apkalpošanas kultūru multikulturālā sabiedrībā var definēt arī kā emocionāli saistītu saskarsmi ar dažādu tautu viesiem. Tā pamatojas uz viesu vajadzību un vēlmju izpratni (Meyer, 2006). Vairumā gadījumu pakalpojumu ražošana un patēriņš norisinās tieša kontakta veidā starp apkalpojošo personālu un viesiem. Tāpēc viesmīlības nozares apkalpošanas kultūra satur sociālās, psiholoģiskās un garīgās sākotnes potenciālu. Viesmīlība lielākā mērā ir atkarīga no garīgās attīstības salīdzinājumā ar apkalpošanas iemaņām (Telfer, 1996). Panākumi apkalpošanā lielā mērā ir atkarīgi no attiecībām, kas izveidojas ar viesi pakalpojumu sniegšanas procesā. Apkalpošanas kultūras mērķis

XXI gs. ir ne tikai teicami apkalpot, bet arī izprast viesi, būt gatavam apkalpot tā, kā viņš to vēlas, izbrīnīt viesi un iegūt viņa uzticību (Gitomer, 2004).

Apkalpošanas kultūra ir relatīvi patstāvīga kultūras daļa, kurā izpaužas attiecību raksturs starp viesmīlības nozares darbiniekiem un viesiem, multikulturālās sabiedrības pārstāvjiem, materiālo un garīgo vērtību radīšanas un apgūšanas procesā.

2.4. apakšnodalā „Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras struktūra” ir izstrādāta VNVAK struktūra.

Apkalpošanas kultūras struktūru veido divas struktūrdaļas: tehnoloģiskā un humānā. Pirmā struktūrdaļa raksturo subjekta mijiedarbības veidus ar darba priekšmetu un rīkiem, kā arī viņa gatavības pakāpi veikt konkrētu darbības veidu. To veido zināšanu un prasmju, metožu un paņēmieni, teorētisko principu un empīrisko procedūru kopums, kas nodrošina domāšanas diskursīvo stilu un sekmē patiesas informācijas iegūšanu par objektu. Tehnoloģija ir apkalpošanas kultūras attīstības produkts. Vienlaicīgi tehnoloģija ir arī kultūras tālākās attīstības pamats, kā arī nepieciešams nosacījums apkalpošanas kultūras pilnveidošanai: L.Hickman (2001), B.Невелев (2000).

Otrā struktūrdaļa ir profesionālas kultūras subjekta apziņas un pašapziņas, darbības tikumisko uzskatu un estētisko priekšnoteikumu integrāls raksturojums. Profesionāla apziņa ir tāds īstenības atspoguļojums, kurā akumulējas profesionālam darbības veidam raksturīgo algoritmu, normu, vērtību un valodas kopums. Humānā struktūrdaļa ir vērsta uz iekšējo subjekta attīstību, cilvēcisko vērtību veidošanos, uz attiecību pilnveidošanos starp cilvēkiem un uz visas sociālās vides humānismu. Humānā struktūrdaļa nosaka nevis vērtības pašas par sevi kā kaut ko objektīvu, bet gan VNV un sabiedrības attieksmi kopumā pret noteiktu vērtību sistēmu, kas izstrādāta viesmīlības nozarē: Г.Гайсина (2000), Л.Коган (1981), В.Сластенин (1994).

Pamatojoties uz kultūras daudzveidību: L.Spilman (2007), А.Кребер (2004), autores darbā izdalīti tiek šādi apkalpošanas kultūras aspekti: ētiskais, estētiskais, psiholoģiskais, organizatoriskais. Šāda gradācija atbilst pētījuma mērķim un uzdevumiem un to var raksturot vairākās dimensijās:

- apkalpošanas kultūra ir starppersonu mijiedarbības forma starp personālu un viesiem, un to regulē morāles un tikumiskās normas (ētiskais aspekts);
- apkalpošanas kultūra multikulturālās sabiedrības apstākļos ir konkrētu nacionālo kultūru normu un vērtību iedibināšanas un izpaušmes forma, spilgti estētiski izpaužoties gan darbības, gan priekšmetu jomā (estētiskais aspekts);
- apkalpošanas kultūra ir savstarpēja psiholoģiski individuālas komunikācijas forma starp personālu un viesiem (psiholoģiskais aspekts);
- apkalpošanas kultūra ir personāla organizatorisko paņēmieni, tehnoloģiju un uzvedības prakses kopums (organizatoriskais aspekts).

VNVAK aspekti: ētiskais, estētiskais, organizatoriskais un psiholoģiskais atspoguļo komplicētu VNV personības attīstības struktūru dažādos tās kompetences līmeņos (skat. 1. attēlu).



1. att. Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras struktūra

Avots: autore konstrukcija

VNVAK ir speciālista personības sistēmrakturojums, kas aptver humāno un tehnoloģisko struktūrdaļas un ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus.

Izstrādātā VNVAK struktūra kalpo par konceptuālu pamatu apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” izstrādei, modelējot VNVAK attīstības procesu.

2.5. apakšnodaļā „Kompetences kā viesmīlības nozares vadītāja apkalpošanas kultūras attīstības kritērijs” aplūkotas jēdziena „kompetence” noteikšanas problēmas vadības zinātnē un pedagoģijā, noteikti kompetences būtiskākie veidi un struktūrdaļas.

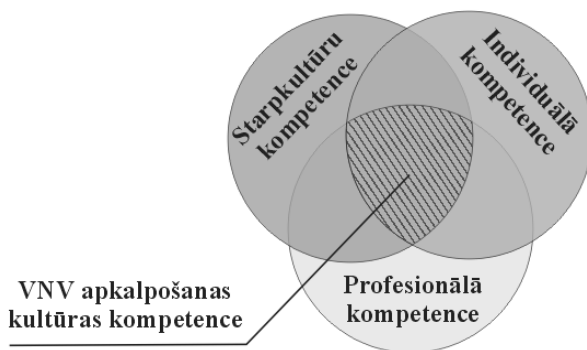
Jēdziena „kompetence” pirmsākumi meklējami vadības zinātnē: D.K.McClelland (1973), W.Hutmacher (1997b), L.H.Salganik, D.S.Rychen, U.Moser, J.W.Konstant (1999), R.J.Mirabile (1997), T.Durand (1997), S.B.Parry (1996), attīstību tas guvis tieši pedagoģijā: R.Laužackas (1999), I.Maslo, I.Tiļļa (2005), E.Maslo (2003), Ж.Делор (1996), А.В.Хуторский (2003), Дж.Равен (2002). Analizējot dažādas pieejas un spriedumus attiecībā uz aplūkojamo jēdzienu, var nosaukt šādas raksturīgākās kompetences iezīmes:

- kompetence nav līdzvērtīga cilvēka izglītībai;
- kompetentā cilvēkā apvienotas personiskas īpašības, kas paver iespēju rīkoties patstāvīgi un atbildīgi;
- spriedumu pamatā par kompetentu cilvēku ir darbības gala rezultāta novērtēšana un izmērīšana;
- kompetents raksturojums ir atsevišķa cilvēka raksturojums un izpaužas viņa darbības rezultātos;

- kompetence tiek iegūta izglītības procesā un to jāskaidro saistībā ar attieksmi (vērtības, motivācija);
- kompetence ir cilvēka aktīva izpausme darbībā un uzvedībā.

Pamatojoties uz veiktajiem kompetences struktūras analītiskajiem pētījumiem: H.Gudjons (1998), V.Hutmacher (1997a), D.Bartram, I.T.Robertson, M.Callinen (2002), R.Kurz, D.Bartram (2002), R.Boyatzis (1982), B.Mansefield (2004), D.N.Wilson (2001), И.А.Зимняя (2003), R.Garleja (2006), A.Homiča (2009), A.Rauhvargers (2004), *Tuning Educational Structure in Europe* (2004), G.Cheetham, G.Chivers (1998), B.Briede (2009), kas apkopoti dažādu pasaules autoru šī jautājuma pētījumos, tika noteikti kompetenču veidi.

VNVAK kompetence ir speciālista personības sistēmraksturojums, kas aptver individuālo, starpkultūru un profesionālo kompetenci (skat. 2. attēlu).



2. att. Viesmīlības nozares vadītāja apkalpošanas kultūras kompetence

Avots: autore konstrukcija

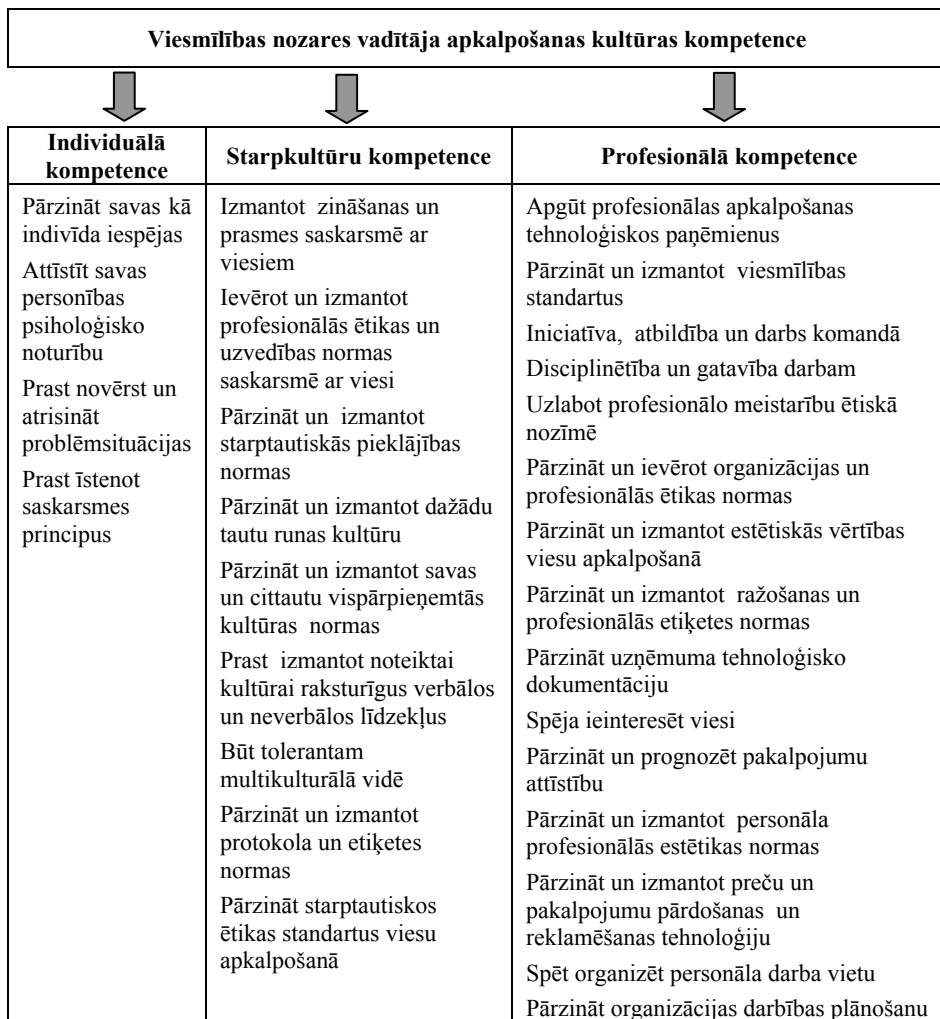
Līdzīgu vadības zinātnes kompetences struktūrdaļu salīdzinošās analīzes rezultātā: J.P.Campbell (1990), S.B.Parry (1996), K.Keen (1992), R.J.Mirabile (1997) un pedagoģijā: И.А.Зимняя (2004), V.Hutmacher (1997), A.Rauhvargers (2004), J.A.Keller, F.Novak (1993), F.Hartle (1995), A.Homičas (2009), autore noteikusi kompetences būtiskākās struktūrdaļas. Kompetence ir daudzkomponentu struktūra, kas apver zināšanas, prasmes un attieksmes, un nodrošina augsti profesionālas darbības realizāciju un speciālista personības attīstību.

2.6. apakšnodaļā „Empīriskie pētījumi par viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetenci” aprakstīt autore pētījums par VNVAK kompetenci.

Par VNVAK kompetences struktūru autore ir veikusi pētījumu, kurā tika lietota anketēšana, kā viena no kompetenču noteikšanas metodēm. Anketēšanas galvenais mērķis: noskaidrot darba devēju, augstskolu absolventu un akadēmiskā personāla pozīciju aktuālo kompetenču jautājumā. Viesmīlības nozares darba devēju, absolventu un docētāju anketēšanas rezultāti parādīja aptaujāto nostāju attiecībā uz

mūsdienīga VNVAK kompetences struktūru, noteica, kādas kompetences ir aktuālas mūsdienu darba tirgū, noskaidroja nozīmīgākās VNVAK kompetences sastāvdaļas.

Autore piedāvāja pašas izstrādātu VNVAK kompetences struktūru (skat. 3. attēlu), kas ir vesels komplekss un raksturo profesionālu darbību veicoša vadītāja izturēšanos.



3. att. **Viesmīlības nozares vadītāja apkalpošanas kultūras kompetences struktūra**

Avots: autores konstrukcija

VNVAK kompetence:

- aptver VNV attieksmes kompleksu pret savu profesionālo darbību un profesionāliem uzdevumiem; speciālista profesionālās vērtības un profesionāli personiskas vērtību orientācijas;
- izpaužas kā gatavībā ievērot profesionālās normas, pielietot dažādas tehnoloģijas profesionālo darbību izpildes kvalitātes nodrošināšanā u.c.;
- atspoguļo komunikācijas spējas multikulturālā sabiedrībā, adekvātu starppersonu uztveri un mijiedarbību, prasmi paredzēt un novērst konfliktus u.c.

Viesmīlības nozares vadītāja apkalpošanas kultūras kompetence ir integrāls VNV personības īpašību kopums, kura kvalitātes raksturošanai izmanto individuālās, starpkultūru un profesionālās apkalpošanas kultūras kompetences kritērijus.

VNVAK kompetence atspoguļo viesmīlības nozares vadītāja pilnveidošanās pakāpi visos iespējamajos darbošanās veidos saistībā ar viesu apkalpošanu, tā sekmē efektīvu mijiedarbību ar iekšējo profesionālo vidi un ārējo sabiedrības sociāli informatīvo vidi, pateicoties teorētiskajām zināšanām, prasmēm un attieksmēm, kas nepieciešamas profesionālo uzdevumu noteikšanā un risināšanā.

2.7. apakšnodalā „Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji” aprakstīta un pamatota kritēriju un rādītāju iekļaušana studiju kursā „Apkalpošanas kultūra” mērķī, saturā un rezultātos.

Topošo VNV kompetences attīstības līmeņus, autore aplūkojusi atbilstoši apkalpošanas kultūras ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektu apguves pakāpei. Autore iesaka izmantot noteiktu topošo VNVAK kompetences līmeni par apkalpošanas kultūras attīstības kritēriju vairākos aspektos.

Apkalpošanas kultūras kompetences **ētiskais aspekts** atspoguļo ētisko zināšanu, morālo principu, tikumisku iemaņu līmeni, kas izpaužas VNV darbībā. Apkalpošanas kultūras ētiskie pamati veidojas no tādiem pasaules uzskatiem un tikumiskām vērtībām, kas nosaka VNV profesionālo izturēšanos un regulē attiecības ar viesiem. Apkalpošanas kultūras ētika izpaužas aktīvā morāles un ētisko vērtību pielietošanā VNV un viesu savstarpējā saskarsmē. Ētiskie principi norāda, ka VNV ir jāapgūst tādas saskarsmes formas ar viesiem, kuras sabiedrībā tiek uzskatītas par vēlamām un atzīstamām, tiek stimulētas no mūsdienīga servisa puses un tādā veidā atvieglo apkalpošanas procesu, padara to patīkamu un pilnvērtīgu abām iesaistītajām pusēm. VNV ētiskais aspekts ir ne tikai garīgās kultūras daļa, bet arī profesionālās kultūras pamats. Topošo VNVAK kompetences ētiskā aspekta kritēriju uzskaitījums atbilstoši dažāda profesionālā līmeņa darbinieku grupām atspoguļots 2. tabulā. Apkalpošanas kultūras ētiskais aspekts izpaužas spējā uztvert, pārdzīvot, pareizi novērtēt estētiskās kvalitātes īstenībā; palīdzēt izprast un iemīlēt mākslu, izjust pēc tās organisku nepieciešamību; izkopt spējas, prasmi radīt skaistumu, jaunus vērtības.

**Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences
attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji ētiskajā aspektā**

Kritēriji - kompetences	Līmeņi		
	augsts	vidējs	zems
Ētiskais aspekts	1) apgūtas zināšanas par tikumiskām normām, sabiedriskām vērtībām un saskarsmes noteikumiem;	1) fragmentāras zināšanas par tikumiskām normām, sabiedriskām vērtībām un saskarsmes noteikumiem;	1) tikumisko normu, sabiedrisko vērtību un saskarsmes noteikumu trūkums;
	2) izveidojusies profesionāla pienākuma un goda sapratne;	2) vispārēji priekšstati par profesionālu pienākumu un godu;	2) izpratnes trūkums par profesionālu pienākumu un godu;
	3) cenšanās nodibināt savstarpējās attiecības, pamatojoties uz labvēlības, godīguma un godprātības principiem;	3) labvēlības, godīguma un godprātības atzīšana savstarpējo attiecību veidošanā;	3) savstarpējās attiecības, kurās dominē rupjība, neuzmanība, negodīgums, lišķība;
	4) uzmanības, intereses un cieņas izrādīšana citu kultūru pārstāvjiem;	4) daļēja uzmanības, intereses un cieņas izrādīšana citu kultūru pārstāvjiem;	4) neuzmanības un necieņas pilna attieksme pret citu kultūru pārstāvjiem;
	5) apgūtas spējas uzņemt atšķirīgi savdabīgus viesus, atzīt viņu individualitāti, cienīt to pārliecību, viedokļus un uzskatus.	5) nepietiekamas spējas uzņemt atšķirīgi savdabīgus viesus, atzīt viņu individualitāti, cienīt to pārliecību, viedokļus un uzskatus.	5) nevēlēšanās uzņemt viesus, kas ir atšķirīgi ar savu savdabību, viņu individualitātes neatzīšana, necieņa pret to pārliecību, viedokļiem un uzskatiem.

Avots: autore konstrukcija

Studentu apkalpošanas kultūras kompetences **estētiskā aspekta** attīstība tiek realizēta vienotas estētiskās audzināšanas sistēmas apstākļos, pamatojoties uz harmonijas, vienkāršības un skaistuma principiem. Pie audzināšanas prioritārajiem virzieniem var minēt piesaistīšanu kultūras vērtībām un sasniegumiem, garīguma, nacionālās savdabības, skaistuma uztveres un harmonijas audzināšanu. „Estētiskās audzināšanas strukturālo būtību veido trīs savstarpēji saistītas puses - attīstīt spēju uztvert, pārdzīvot, novērtēt estētiskās kvalitātes īstenībā; palīdzēt izprast un iemīlēt mākslu, izjust pēc tās organisku nepieciešamību; izkopt spējas, prasmi radīt skaistumu, jaunas vērtības” (Zeile, 1980).

Topošo VNVAK kompetences kritēriju **estētiskajā aspektā** uzskaitījums atbilstoši dažāda līmeņa grupām atspoguļots 3. tabulā.

Apkalpošanas kultūras kompetences **organizatoriskais aspekts** ir komplicēts jēdziens, kuru veido: „sevis un savas vietas apzināšanās organizācijā; komunicēšanās sistēma un saziņas valoda; ārējais izskats, apģērbs un sevis prezentēšana darbā; ko un kā cilvēki ēd, ieradumi un tradīcijas šai jomā; laika apzināšanās, attieksme pret to un tā izmantošanu; cilvēku savstarpējās attiecības; vērtības un normas; ticība kaut kam un labvēlīga attieksme pret kaut ko; darbinieka attīstības un mācību process; darba ētika un motivācija (Виханский, Наумов, 1996). Liela uzmanība tiek pievērsta apkalpošanas tehnoloģiju apgūšanai, kas paredz un nodrošina personības pašattīstību un turpmāko patstāvīgo darbību.

Apkalpošanas kultūras kompetences organizatoriskais aspekts atspoguļo kultūru, kas paredz viesu apkalpošanu, balstoties uz noteikumiem, tehnoloģijām, praktiskām iemaņām un prasmēm.

Topošo VNVAK kompetences kritēriju **organizatoriskajā aspektā** uzskaitījums atbilstoši dažāda profesionālā līmeņa darbinieku grupām atspoguļots 4. tabulā.

Mūsdienu VNV svarīga ir arī izpratne par profesionālās vides sociālpsiholoģiskajiem procesiem, kuru centrā ir komunikācija. Savukārt, tā balstās iesaistīto pušu uztverē, sajūtās, emocijās – t.i. psiholoģiskos procesos. Tāpēc VNV svarīgs ir arī apkalpošanas kultūras **psiholoģiskais aspekts**. Katram VNV ir jābūt arī psiholoģiski sagatavotam. Būtiskākās psiholoģiskās prasības ir: komunikabls raksturs, prasme klausīties un dzirdēt, runas prasme, atmiņas un uzmanības noturība u.c. VNV un viesu savstarpējās attiecības apkalpošanas gaitā var aplūkot kā divpusēju psiholoģisku procesu, kurā darbinieka izturēšanos nosaka viesu vajadzības un prasības. Zināšanas saskarsmes psiholoģijas pamatprincipos palīdz darbiniekiem veidot ar apmeklētājiem dialogu.

Studentu psiholoģiskās kultūras kompetences pamatrādītāji ir emocionāli vērtējošā attieksme pret sevi, citiem cilvēkiem, apkārtējo pasauli; pozitīvie centieni, kas saistīti ar pašdetermināciju (pašnoteikšanos, pašregulāciju, pašaktualizāciju); savu īpašību, uzvedības, saskarsmes, vērtību skalas harmonija (Колмогорова, 2002, 40).

Zināšanas viesmīlības psiholoģijā dod darbiniekiem iespēju:

- izzināt savu iekšējo pasauli, lai varētu apzināti regulēt savu uzvedību;

- izprast viesu izturēšanos, lai izvēlētos optimālāko apkalpošanas veidu;
- izprast kolēģu izturēšanos, lai nepieciešamības gadījumā sniegtu palīdzību un atbalstu.

Topošo VNVAK kompetences kritēriju **psiholoģiskajā aspektā** uzskaitījums atbilstoši dažāda profesionālā līmeņa darbinieku grupām atspoguļots 5. tabulā.

3. tabula

Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji estētiskajā aspektā

Kritēriji-kompetences	Līmeņi		
	augsts	vidējs	zems
Estētiskais aspekts	1) prasme lietot estētiskās vērtības viesu apkalpošanas procesā;	1) nepietiekama prasme lietot estētiskās vērtības viesu apkalpošanas procesā;	1) neprasme lietot estētiskās vērtības viesu apkalpošanas procesā;
	2) visaptveroša svarīgāko etiķetes noteikumu zināšana, ievērošana un to izpratne;	2) svarīgāko etiķetes noteikumu zināšana un ievērošana;	2) svarīgāko etiķetes noteikumu neievērošana;
	3) augsts zināšanu un protokola normu ievērošanas līmenis;	3) vidējs zināšanu un protokola normu ievērošanas līmenis;	3) zems zināšanu un protokola normu ievērošanas līmenis;
	4) prasme gaumīgi veidot savu ārējo tēlu, ņemot vērā vecumu un individuālās īpatnības;	4) nepietiekama prasme gaumīgi veidot savu ārējo tēlu, ņemot vērā vecumu un individuālās īpatnības;	4) neprasme gaumīgi veidot savu ārējo tēlu, ņemot vērā vecumu un individuālās īpatnības;
	5) runai raksturīga skaidrība, precizitāte, izteiksmīgums, pieklājība un taktiskums;	5) nepietiekama prasme skaidri, izteiksmīgi un secīgi sniegt viesim nepieciešamo informāciju;	5) bieža parazītvārdu un iestarpinājumu lietošana, neizteiksmīga un nesaprotama runa;
	6) prasme dabiski, taktiski un ar cieņu izturēties pret citu kultūru pārstāvjiem;	6) prasme taktiski un ar cieņu izturēties pret citu kultūru pārstāvjiem;	6) netaktiska izturēšanās pret citu kultūru pārstāvjiem.

Avots: autores konstrukcija

**Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences
attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji organizatoriskajā aspektā**

Kritēriji - kompetences	Līmeņi		
	augsts	vidējs	zems
Organizatoriskais aspekts	1) apzināta profesionālās pilnveidošanās mērķu, uzdevumu un vērtību noteikšana;	1) tieksme pilnveidot savu darbību, veltot tam sistemātisku darbu;	1) neapjausta profesionālās pilnveidošanās nepieciešamība;
	2) augsts zināšanu līmenis par apkalpošanas standartiem viesmīlības uzņēmumos;	2) vidējs zināšanu līmenis par apkalpošanas standartiem viesmīlības uzņēmumos;	2) zems zināšanu līmenis par apkalpošanas standartiem viesmīlības uzņēmumos;
	3) apgūtas iemaņas viesmīlības uzņēmumu normatīvi tehnoloģiskās dokumentācijas izstrādē;	3) daļēji apgūtas iemaņas viesmīlības uzņēmumu normatīvi tehnoloģiskās dokumentācijas izstrādē;	3) iemaņu trūkums viesmīlības uzņēmumu normatīvi tehnoloģiskās dokumentācijas izstrādē;
	4) apgūta prasme pareizi organizēt darbu, pamatojoties uz zinātnes, tehnikas sasniegumiem un pirmrindas pieredzi;	4) daļēja prasme pareizi organizēt darbu, pamatojoties uz zinātnes, tehnikas sasniegumiem un pirmrindas pieredzi;	4) prasmes trūkums pareizi organizēt darbu, pamatojoties uz zinātnes, tehnikas sasniegumiem un pirmrindas pieredzi;
	5) apgūtas viesmīlības nozares apkalpošanas tehnoloģijas;	5) nepietiekami apgūtas viesmīlības nozares apkalpošanas tehnoloģijas;	5) neapgūtas viesmīlības nozares apkalpošanas tehnoloģijas;
	6) tieksme apgūt viesmīlības uzņēmumu attīstības tendences un progresīvas apkalpošanas formas;	6) fragmentāra viesmīlības uzņēmumu attīstības tendenču izpēte un progresīvu apkalpošanas formu apgūšana;	6) intereses trūkums par viesmīlības uzņēmumu attīstības tendenču izpēti un progresīvu apkalpošanas formu apgūšanu;
	7) augstas pārdošanas un pakalpojumu sniegšanas iemaņas;	7) nepietiekamas pārdošanas un pakalpojumu sniegšanas iemaņas;	7) pārdošanas un pakalpojumu sniegšanas iemaņu trūkums;
	8) ieinteresētība savā darbā.	8) nepietiekama ieinteresētība darbā.	8) pasivitāte un vienaldzība darbā.

Avots: autore konstrukcija

**Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences
attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji psiholoģiskajā aspektā**

Kritēriji - kompetences	Līmeņi		
	augsts	vidējs	zems
Psiholoģiskais aspekts	1) aukstas spējas pašam organizēt savu uzvedību;	1) nepietiekama savas uzvedības organizācija;	1) nespēja pašam organizēt savu uzvedību;
	2) augsts novērošanas, analīzes un novērtēšanas līmenis;	2) vidējs novērošanas, analīzes un novērtēšanas līmenis;	2) zems novērošanas, analīzes un novērtēšanas līmenis;
	3) plašas zināšanas par personības fenomenu un sevi pašu;	3) fragmentāras zināšanas par personības fenomenu un sevi pašu;	3) nepietiekamas zināšanas par personības fenomenu un sevi pašu;
	4) sevis paša regulācija un kontrole; spēja apvaldīt savas izjūtas, noskaņojumu, nodomus; elastība un adaptācijas spējas; pozitīvas motivācijas esamība;	4) nosvērtība; sabiedriskums; prasme uzturēt kontaktus, risināt sarunas; pozitīvas motivācijas esamība;	4) agresivitāte; neiecietība; aizkaitināmība; uzbudināmība; neprasme uzturēt sarunu; pozitīvas motivācijas trūkums;
	5) aukstas verbālās un neverbālās komunikācijas iemaņas;	5) vispārēji priekšstati par verbālās un neverbālās komunikācijas līdzekļiem;	5) verbālās un neverbālās komunikācijas iemaņu trūkums;
	6) pilnīga savstarpēja izpratne, empātija saskarsmē ar cittautu viesiem;	6) ieturēti formāla izturēšanās saskarsmē ar atšķirīgu kultūru pārstāvjiem;	6) indifera attieksme saskarsmē ar atšķirīgu kultūru pārstāvjiem;
	7) prasme veidot attiecības starp cilvēkiem, pamatojoties uz savstarpējo cieņu, biedriskumu, labvēlību un uzmanību vienam pret otru;	7) nepietiekamas prasmes veidot attiecības starp cilvēkiem, pamatojoties uz savstarpējo cieņu, biedriskumu, labvēlību un uzmanību vienam pret otru;	7) prasmju un vēlmes trūkums veidot attiecības starp cilvēkiem, pamatojoties uz savstarpējo cieņu, biedriskumu, labvēlību un uzmanību vienam pret otru;
	8) aukstas uzvedības iemaņas problēmsituācijās;	8) vidēja līmeņa uzvedības iemaņas problēmsituācijās;	8) stihiska rakstura darbības, risinot problēmsituācijās;
	9) prasme ieinteresēt viesi.	9) nepietiekama prasme ieinteresēt viesi.	9) nespēja ieinteresēt viesi.

Avots: autore konstrukcija

Izstrādātie kritēriji ļauj noteikt topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeni. Studenta pāreja no viena līmeņa citā dod iespēju novērtēt kompetences attīstības pakāpi. Tādā veidā izstrādāto kritēriju sistēma dod iespēju novērtēt studiju didaktiskā modeļa realizācijas rezultātus, kuri izpaužas apgūto zināšanu, prasmju un attieksmju kopumā, kas raksturīga VNVAK kompetencei.

3. nodaļā „Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūra kā augstākās profesionālās izglītības mērķis un rezultāts” aplūkotas viesmīlības nozares vadītāja profesionālās darbības īpatnības. Piedāvāts topošo viesmīlības nozares apkalpošanas kultūras attīstības procesa didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”, noteiktas tā konceptuālās nostādnes, atklāts saturs, metodes un materiāli.

3.1. apakšnodaļā „Viesmīlības nozares vadītāju profesionālās sagatavošanas analīze” veļta viesmīlības nozares vadītāju augstākās profesionālās izglītības situācijas analīzei.

Lai objektīvi izvērtētu VNV augstākās profesionālās izglītības reālo situāciju, tās stiprās un vājās puses, iespējas un riskus, tika izmantota autore izstrādāta SVID analīze.

Analizējot profesionālās izglītības stiprās puses, var secināt, ka pieaug izglītības kvalitāte un studiju process virzīts atbilstoši mūsdienu prasībām.

Analizējot vājās puses, apstiprinājās, ka VNV profesionālajā izglītībā ir daudz dažādu problēmu, kas galvenokārt ir saistītas ar izglītības programmām. Vērojama izglītības programmu neatbilstība Eiropas prasībām un standartiem, tās netiek modernizētas un aktualizētas atbilstoši darba tirgus prasībām Latvijā un Eiropā, daudzām studiju programmām nepieciešama satura pārstrādāšana un tā piemērošana tirgus ekonomikas apstākļiem. Ilgstošā laika periodā VNV izglītības procesā galvenokārt tika akcentēta apkalpošanas un vadības procesa tehnoloģiskā sastāvdaļa, salīdzinājumā ar humāno. Par prioritāru un nozīmīgu tika uzskatīts iemācīt darbiniekam pareizi izpildīt dažādas tehnoloģiskas operācijas, piemēram, servēt galdu, pasniegt ēdienus, rezervēt un uzņemt istabas, strādāt ar viesmīlības uzņēmumu vadības informatīvām sistēmām un tml. Šai sakarā izveidojusies strikta nepieciešamība pārskatīt VNV izglītības saturu.

Nozīmīgas un vērā ņemamas ir profesionālās izglītības attīstības iespējas. Nepieciešama izglītības programmu sakārtošana, optimizācija, modernizācija un aktualizācija, izstrādājot vienotu bāzes programmu, atbilstoši Eiropas asociācijas prasībām kvalitātes nodrošināšanai augstākajā izglītībā (ENQA, *European National Quality Association*). Tās norāda uz nepieciešamību studiju rezultātu noteikšanā par pamatu ņemt studiju ciklu deskriptorus, kā arī vienotas prasības izglītības programmu saturam un īstenošanai visos Latvijas reģionos.

Draudī. Situāciju var pasliktināt nestabilā politiskā un ekonomiskā situācija, darba vietu trūkums, inflācijas procesi un resursu cenu nestabilitāte, demogrāfiskā situācija un migrācija. Profesionālo izglītību var ietekmēt arī globalizācija ekonomikā un inovatīvas ekonomikas attīstība, darba tirgus dinamika un prasība pēc jaunām kompetencēm un iemaņām.

Tādējādi ir nepieciešams uzlabot situāciju šo nozaru darba tirgū ar kvalitatīvu cilvēkresursu nodrošinājumu, ar kuru visciešākajā veidā ir saistīta viesmīlības pakalpojumu sniegšanas kultūra un kvalitāte, kā arī uzņēmumu ekonomiskā izaugsme.

3.2. apakšnodaļā „Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskā modeļa konceptuālās nostādnes” aplūkotas trīs svarīgākās pieejas topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstībai multikulturālā sabiedrībā – humānisma, kulturoloģisko un kompetenču izglītības pieejas.

Topošā VNVAK attīstības galvenais nosacījums ir humānā izglītošana. Humānās izglītības uzdevums ir radīt augstskolā humāni orientētu vidi. Šāda vide sekmēs topošajiem vadītājiem tik ļoti nepieciešamo īpašību attīstību, radot apstākļus, kas veicinās apkalpošanas kultūras apgūšanu, atbildīs viņa profesionālai darbībai un individuālām īpatnībām.

Humānisms apkalpošanas kultūras attīstības procesā mūsdienās kļuvis par vadošo principu, jo sekmē personības garīgā potenciāla bagātināšanos, orientē uz vispārcilvēcisko vērtību realizēšanu: Ш.Амонашвили (2001), М.Бахтин (1975, 1979, 1986), В.Библиер (1997, 1991), I.Беліckis (1995), Д.Дьюи (2000), Н.Gadamers (1999), В.Франкл (1982, 1990), С.Френе (1990), Г.Гегель (1971, 1990), I.Katane (2006b), J.A.Komenskis (1992), А.Леонтьев (1975, 1983), А.Maslow (1954), J.H.Pestalocijs (1996), С.R.Rogers (1990), Ž.P.Sartrs (1946), А.Špona (2001), Л.Выготский (1960, 1991, 1996), I.Žogla (2001).

Viens no topošo VNV apkalpošanas izglītības faktoriem ir orientēšanās uz izglītības kultūras paradigmu. VNVAK izglītības saturam ir jābūt kultūrradošam un tendētam uz studenta piesaistīšanu kultūrai. Studenta personība aplūkojama kā kultūras subjekts, kas ir ne tikai kultūras nesējs, bet arī kultūras vērtību radītājs. Autore izglītību aplūko kā mērķtiecīgu audzināšanas un studiju procesu, kas tiek realizēts vienotā kultūras un izglītības telpā: Е.Бондаревская (1997), U.Bronfenbrenner (1979), P.Bourdieu, J.C.Passeron (1979), E.Durkhein (1956), E.Eriksons (1998), Д.Фельдштейн (1994), Н.Gudjons (1998), Е.Гидденс (1999), Г.Гегель (1990), С.Гессен (1995), I.Jurgena (2002), Ч.Кули (1994), А.Н.Леонтьев (1975), V.Loch (1968), Дж.Мид (1994), А.Мудрик (2003), Т.Parsons (1951), А.Priedītis (2003), Н.Смелзер (1994), J.A.Students (1998), Л.Выготский (1983), Г.Зиммель (1996).

Topošo VNM mūsdienīgas izglītības modernizācijas stratēģijā noteikta nepieciešamība realizēt kompetenču pieeju. Autores pētījumā kompetenču pieejas pielietošanas mērķis – nodrošināt topošo VNM sagatavošanās kvalitāti atbilstoši darbības jomai. Mūsdienās VNM ir ne vien cilvēks ar speciālu zināšanu bagāžu, bet cilvēks, kurš prot iegūtās zināšanas pielietot un, vēl svarīgāk, viņam jāprot pieņemt atbildīgus lēmumus, izrādīt iniciatīvu, apgūt vadības iemaņas, būt tolerantam pret kultūru atšķirībām. Kompetenču pieeja akcentē uzmanību uz izglītības rezultātu, t.i. uz kompetences veidošanu, cilvēka spēju atbilstoši rīkoties dažādās praktiskas dabas situācijās (t.sk. profesionālās): R.Boyatzis (1982), B.Briede (2009), G.Cheetham, G.Chivers (1998), Т.Durand (1997), Н.Gudjons (1998), А.В.Хуторский (2003), V.Hutmacher (1997), А.Homiča (2009), R.Laužackas (1999), D.K.McClelland (1973),

B.Mansefield (2004), S.B.Parry (1996), A.Rauhvargers (2004), I.Tiļļa (2005), D.Wilson (2001), И.Зимняя (2003).

Humānisma, kulturoloģisku un kompetenču izglītības pieejas, kuras vispilnīgāk atklāj topošo VNV personību fenomenu, autore izmantojusi studiju didaktiska modeļa izstrādē.

3.3. apakšnodaļā „Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības un veicināšanas didaktiskais modelis” izstrādāts studiju didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” kā topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības garants.

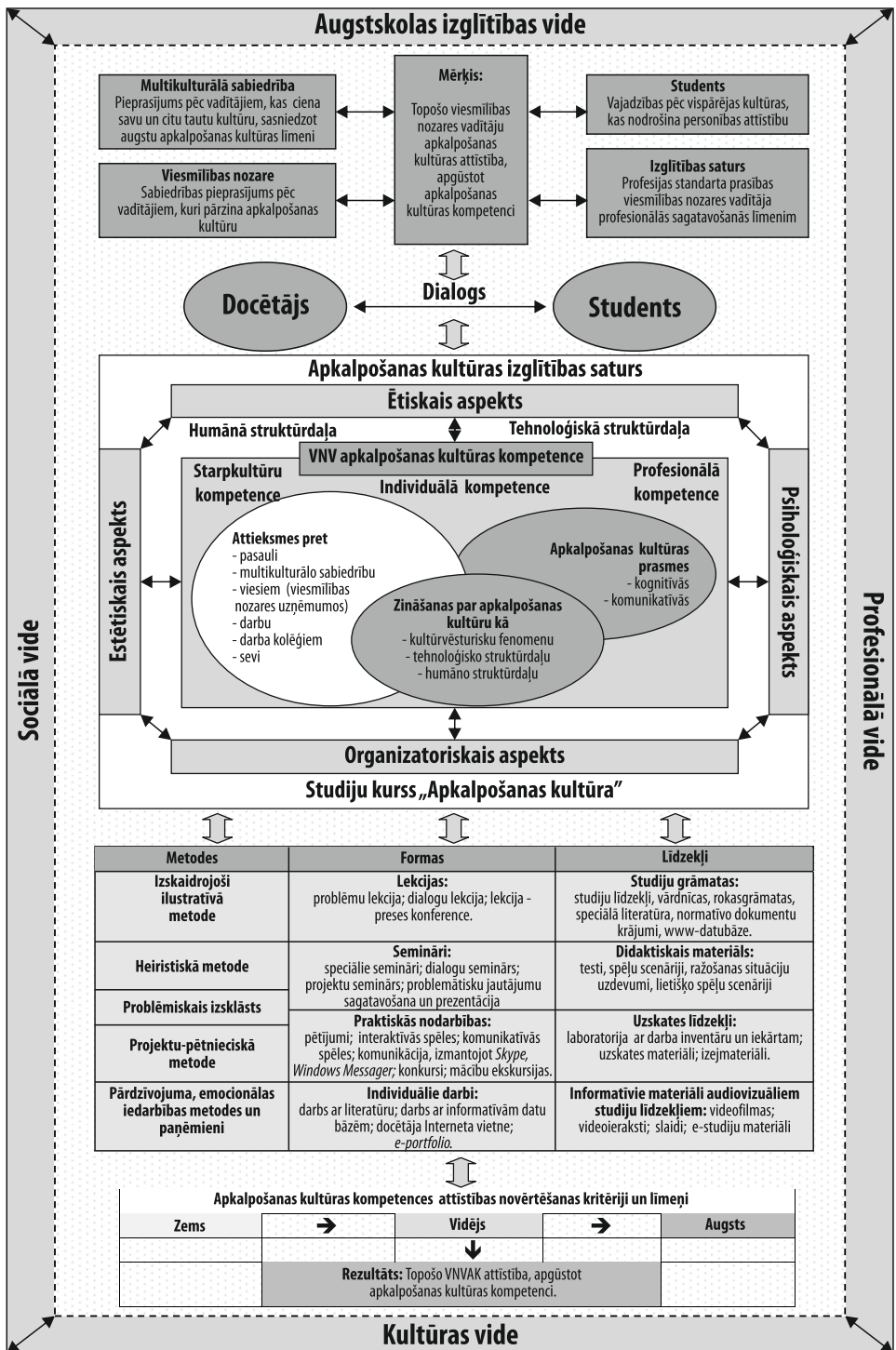
Studiju didaktiskais modelis “Apkalpošanas kultūra” (skatīt 4. att.) izstrādāts, balstoties uz pētījuma pirmajā un otrajā nodaļās aplūkotajām zinātniski teorētiskajām atziņām un autore pedagoģiskā darba pieredzes vispārināšanas rezultātiem. Modeļa „Apkalpošanas kultūra” didaktisko nosacījumu kopums ietver: studiju mērķi, izglītības saturu, studiju metodes un līdzekļus, studiju darba organizatoriskās formas, dialoga principu kā mijiedarbības procesu.

Par apkalpošanas kultūras izglītības mērķi kļūst topošo VNVAK attīstība, apgūstot apkalpošanas kultūras kompetenci.

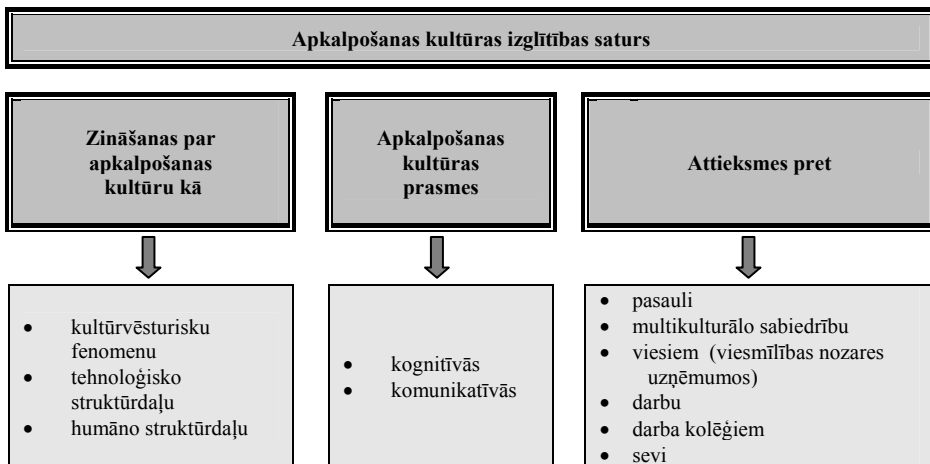
Didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” parāda to, ka apkalpošanas kultūras izglītība iegūstama aktīvās studijās, kad studenti mijiedarbojās viens ar otru un ar docētāju. Tās ir uz pieredzi un aktīvu izpēti balstītas studijas sadarbībā ar docētājiem.

Pedagoģiskajā procesā, kas pamatojas uz satura, studiju un audzināšanas formu, līdzekļu un metožu vienotību, norisinās topošo VNV intelektuālā pašattīstība un personības pašaudzināšana.

Topošajam VNV apkalpošanas kultūras izglītības saturs nozīmē konkrētu zināšanu, apkalpošanas kultūras prasmju un attieksmju apjomu mijsakarībās kā veselumu. Autore izstrādājusi apkalpošanas kultūras izglītības satura shēmu (skat. 5. attēlu).



4. att. Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”



5. att. Apkalpošanas kultūras izglītības satura shēma - struktūra

Avots: autore konstrukcija

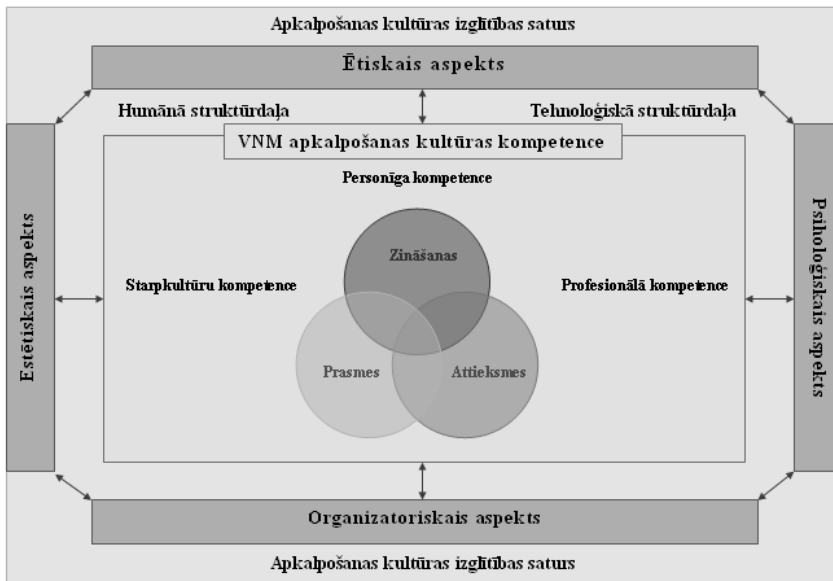
Apkalpošanas kultūras izglītības saturs aplūkojams četros apkalpošanas kultūras aspektos: ētiskā, estētiskā, psiholoģiskā un organizatoriskā (skat. 6. attēlu). Satura apgūšana šajos četros aspektos, ļauj ar panākumiem īstenot topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstību.

Apkalpošanas kultūras izglītības studiju procesā students ir centrālais komponents. Docētāja un studenta mijiedarbības rezultātā *docētājs – dialogs – students*, notiek kopēja izziņas darbība, vērsta uz intelektuālo un tikumisko attīstību, tiek iegūtas zināšanas, prasmes un attieksmes.

Dialogs kā princips (dialogu pavadošā sadarbība, docētāja un studenta kopīga radošā darbība) kļūst vadošais apkalpošanas kultūras izglītībā. Dialogs – tā ir specifiska garīgi personiska potenciāla forma, savstarpēji saskaņots docētāja un studenta attīstības un savstarpējās sadarbības veids: М.Бахтин (1979, 1986), В.Библер (1991), М.Бубер (1993), N.Burbules (1993), Г.Я.Буш (1985), Л.Фейербах (1955), С.Франк (1990), Н.Gadamers (1999), J.Habermas (1984), М.Каган (1988), Л.Выготский (1983) u.c.

Dialoga komunikācijā norisinās studenta personības attīstība, un tajā dialogam ir integratīva funkcija: tas palielina katra studenta iespējas paplašināt savu apziņu, saņemt jaunas zināšanas, iegūt komunikēšanās iemaņas, pievērsties pasaules kultūrai, kas ir mūsdienu civilizācijas prioritārā vērtība un kļūst par vienu no svarīgākajiem multikulturālas sabiedriskās attīstības faktoriem.

Lai sniegtu studentiem - topošajiem VNV zināšanas, prasmes un attieksmes apkalpošanas kultūrā, tiek piedāvāts pielietot šādas aktīvās studiju metodes: izskaidrojoši ilustratīvā, problēmiskais izklāsts, projektu-pētnieciskā, heuristiskā, pārdzīvojuma, emocionālas iedarbības metodes un paņēmieni.



6. att. **Topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences vieta apkalpošanas kultūras izglītības saturā**

Avots: autore konstrukcija

Lai realizētu izstrādāto modeli praktiskā darbībā, autore noteikusi studentu studiju darba organizatoriskās formas: lekcijas (problēmu lekcija, dialogu lekcija, lekcija - preses konference); semināri (speciālie semināri – par jautājumiem, kas ir grūti izprotami un apgūstami; projektu seminārs – problemātisku jautājumu sagatavošana un prezentācija, dialogu seminārs); praktiskās nodarbības (interaktīvās, komunikāciju spēles; uzdevums „*Nezināmā viesā apkalpošanas kultūras analīze*”; komunikācija, izmantojot *Skype* un *Windows Messenger*; konkursi; mācību ekskursijas); individuāls ārpus auditorijas darbs (darbs ar literatūru; darbs ar informatīvām datu bāzēm; docētāja Interneta vietne; *e-portfolio*).

Par piemērotākajām metodēm, kas ietekmē apkalpošanas kultūras attīstību augstskolas apstākļos, autore uzskata problēmu un dialogu rakstura lekcijas, lekcijas - preses konferences, seminārus-projektus, dialoga seminārus, praktiskās nodarbības-pētījumus u.c.

Par studiju līdzekļiem aplūkojamā modelī „Apkalpošanas kultūra” autore izvēlējusies: studiju grāmatas (studiju līdzekļi, studiju izdevumi, normatīvo dokumentu krājumi, vārdnīcas, speciālā literatūra, wwvdatu bāze), didaktiskos materiālus (studiju un kontroles testi; situāciju uzdevumi, ražošanas situācijas analīzei; lietišķo spēļu scenāriji), uzskates līdzekļus (laboratorija ar daba inventāru un

iekārtām); informatīvos materiālus pielikumā audiovizuāliem studiju līdzekļiem (videoieraksti, videofilmas, e-studiju materiāli).

Lielā uzmanība studiju procesā tiek pievērsta studentu zināšanu novērtēšanai. Pārejot uz izglītības humāno paradigmu, zināšanu vērtēšanai ir jauns uzdevums – akcents no vērtēšanas tiek pārcelts uz pašvērtējumu (Aizsila, Arhipova, 2001). Pašvērtējuma iemaņas un prasmes attīstās tikai praktiskā darbībā, un tās jāveido, lai studenti varētu pāriet uz augstāku izglītošanās līmeni – radošo darbību. Studentu patstāvīgo darbu novērtēšanas procesā autore iesaka izmantot *kooperatīvo vērtēšanu*, kurā vairāki vērtētāji sadarbojas viena objekta vērtēšanā.

4. nodaļā „Pētījums par topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskā modeļa īstenošanu un pārbaudi” aplūkotas topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras (VNVAK) attīstības eksperimentālā pētījuma vispārīgās nostādnes, organizācija un metodika. Izstrādāta ekspertu sistēma studentu - topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa dinamikas diagnosticēšanai, atspoguļoti eksperimentālā darba rezultāti. Parādīts didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” ekspertu vērtējums.

4.1. apakšnodaļā „Eksperimentālā pētījuma vispārīgās nostādnes un organizācija” tiek aprakstīta visa pedagoģiskā pētījuma organizācija, kura mērķis bija eksperimentālā ceļā pārbaudīt modeļa „Apkalpošanas kultūra” kvalitāti.

Pētījuma laikā tika lietotas šādas empīriskā pētījuma metodes:

1. Datu ieguves metodes: studentu apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa diagnostika.

2. Datu analīzes metodes:

2.1. kvalitatīvās: ekspertu sistēmas analīze, modeļa eksperimentālā pārbaude, ekspertanalīze:

- datu matemātiskai apstrādei tika izmantota datorprogramma „Mazā Ekspertu Sistēma” v 2.0;
- datu vizualizēšanai tika izmantota *Excel, Word un CorelDraw* datorprogrammas;

2.2. kvantitatīvās: korelācijas analīze - korelācijas koeficientu aprēķini tika veikti, lietojot *MS Excel* datu analīzes paketi.

3. Didaktiskā modeļa ekspertu vērtēšana.

Pētījumu bāze un kontingents: „Tūrisma uzņēmējdarbības vadītājs” studiju programmas un „Viesmīlības menedžments” specializācijas studiju programmas 189 pirmā kursa studenti no:

1. Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskolas (ISMA) (Latvija, Rīga) – 124 studenti;
2. Klaipēdas Biznesa un tehnoloģiju koledžas (KVTK) (Lietuva, Klaipēda) – 22 studenti;
3. Viesnīcu Menedžmenta koledžas (CHM) (Serbija, Belgrada) – 43 studenti.

Abās minētājās koledžās tiek realizētas studiju programmas, kas ir salīdzināmas ar ISMA realizētajām studiju programmām „Tūrisma uzņēmējdarbības vadītājs” un „Viesmīlības menedžments”.

Lai novērtētu topošo VNVAK kompetenci un noteiktu tās līmeni, aprobētu modeli „Apkalpošanas kultūra” un noteiktu apkalpošanas kultūras kompetences attīstības dinamiku, tika sagatavota pedagoģiskā pētījuma programma. 6. tabulā attēloti eksperimentālā darba posmi, uzdevumi un metodes, bet 7. attēlā pedagoģiskā pētījuma algoritms.

6. tabula

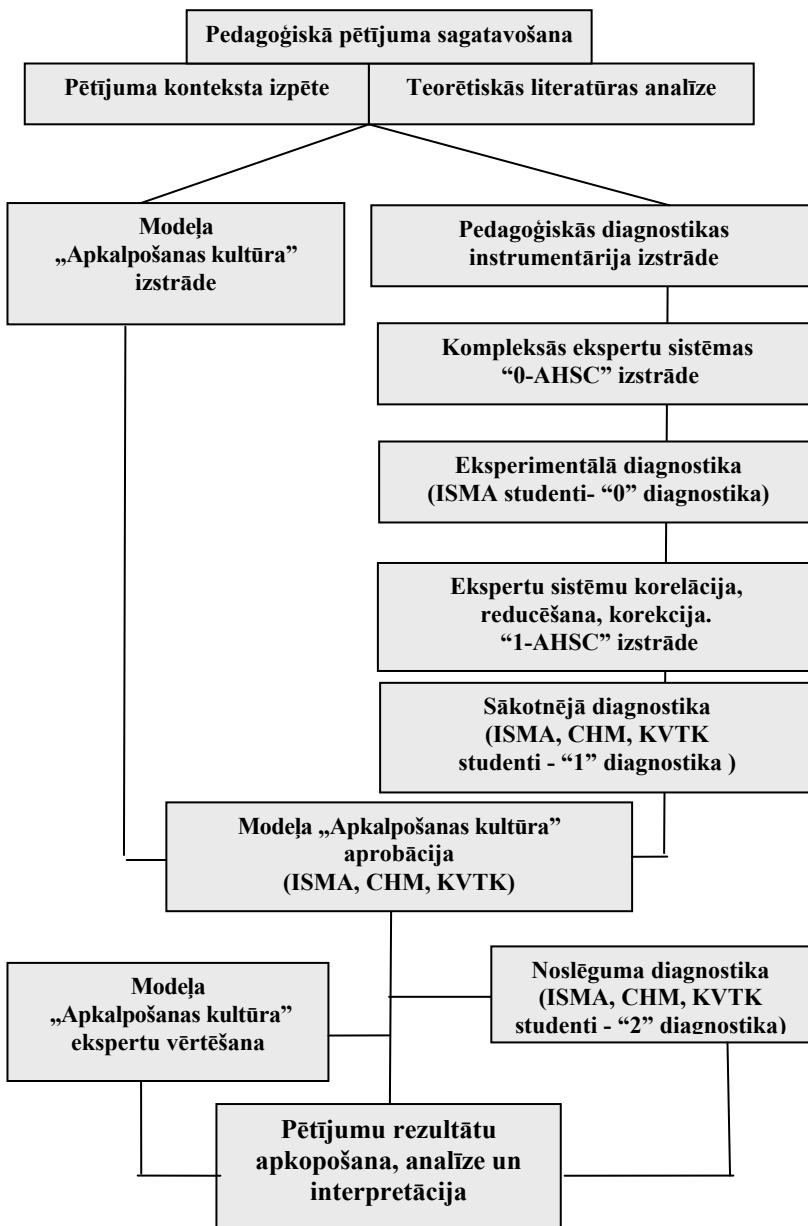
Pedagoģiskā pētījuma programma

Pētījumu posmi	Posmu uzdevumi	Pētnieciskā darba formas un metodes	Izpildes termiņi
Organizatoriskais	Pedagoģiskā pētījuma veida izvēle (eksperimentālais pētījums), pētījumu grupas izvēles pamatojums, metodikas izvēle. Statistisko apstrādes līdzekļu izvēle. Pedagoģiskā pētījuma laika un vietas noteikšana. Pedagoģiskā pētījuma programmas izstrāde.	Pētījuma konteksta izpēte. Pedagoģiskā pētījuma sagatavošana.	2005.- 2006.
	Principu, satura un metodikas izstrāde.	Pedagoģiskās, psiholoģiskās, filozofiskās, viesmīlības profesionālās literatūras teorētiskā analīze.	2006.- 2007.

Pētījumu posmi	Posmu uzdevumi	Pētnieciskā darba formas un metodes	Izpildes termiņi
Organizatoriskais	Topošo VNVAK kompetences attīstības mērķu, struktūras, pedagoģisko nosacījumu, formu, metožu un līdzekļu noteikšana.	Modeļa „Apkalpošanas kultūra” teorētiska izstrāde.	2006.-2007.
Konstatējošais	Topošo VNVAK kompetences attīstības līmeņa diagnosticēšanas kritēriju, rādītāju un metožu noteikšana. Topošo VNVAK kompetences attīstības līmeņa noteikšana.	Pedagoģiskās diagnostikas instrumentārija izstrāde: elektroniskās ekspertu sistēmas kompleksa „AHSC” izstrāde, adaptācija un eksperimentālā pārbaude. Eksperimentālā respondentu diagnostika: studentu aptauja, kurā piedalījās 33 ISMA 1. kursa studenti. Aptaujas rezultātu analīze, izmantojot ekspertu un statistikas metodes, t.sk. korelācijas metodi. Studentu apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa noteikšana. Ekspertu sistēmas kompleksa optimizācija, jautājumu korekcija un skaita reducēšana.	2007.-2008.
Veidojošais	Topošo VNVAK kompetences attīstības līmeņa noteikšana līdz eksperimenta uzsākšanai.	Sākotnējā respondentu diagnostika: studentu aptauja, kurā piedalījās 124 ISMA, 22 KVTK, 43 CHM 1. kursa studenti. Kopā pētījumā tika iesaistīti 189 studenti.	2008.-2009.

Pētījumu posmi	Posmu uzdevumi	Pētnieciskā darba formas un metodes	Izpildes termiņi
Veidojošais	<p>Modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizācija eksperimentālā darba procesā.</p> <p>Topošo VNVAK kompetences attīstības pedagoģisko nosacījumu realizācija eksperimentālā darba procesā</p>	<p>Modeļa „Apkalpošanas kultūra” aprobācija trijās augstākās izglītības iestādēs:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ISMA (Latvija, Rīga); 2. CHM (Serbija, Belgrada); 3. KVTK (Lietuva, Klaipēda). <p>Eksperimentālu nodarbību organizēšana par topošo VNVAK kompetences attīstību.</p>	2008.-2009.
Noslēguma	<p>Topošo VNVAK kompetences attīstības līmeņa noteikšana pēc eksperimenta veikšanas.</p> <p>Modeļa „Apkalpošanas kultūra” novērtējums.</p> <p>Eksperimentālā darba rezultātu apkopošana.</p> <p>Teorētisko un eksperimentālo datu rezumēšana, interpretēšana un savstarpējā salīdzināšana.</p>	<p>Noslēdzošā respondentu diagnostika: studentu aptauja, kurā piedalījās 112 ISMA, 20 KVTK, 41 CHM 1. kursa studenti. Kopā pētījumā tika iesaistīti 173 studenti.</p> <p>Topošo VNVAK kompetences attīstības dinamikas izpēte (apkopojošā diagnostika).</p> <p>Modeļa „Apkalpošanas kultūra” un pedagoģisko nosacījumu ekspertu vērtēšana.</p> <p>Eksperimentālo datu statistiskā apstrāde.</p>	2008.-2009.

Avots: autore konstruēja



7. att. Pedagoģiskā pētījuma algoritms

Avots: autores konstrukcija

4.2. apakšnodaļā „Ekspertu sistēmu izmantošana studentu kompetences diagnosticēšanā” ir dots ekspertu sistēmu raksturojums.

Ekspertu sistēma ir programmējama sistēma, kas sevī apvieno datora tehniskās iespējas un dzīva cilvēka – eksperta zināšanas un pieredzi. Ekspertu sistēma var piedāvāt saprātīgu padomu vai realizēt saprātīgu risinājumu formulētam uzdevumam. Ekspertu sistēma - tās ir mākslīgā intelekta lietišķās sistēmas, kurās *zināšanu bāze* ir augsti kvalificētu speciālistu (ekspertu) formalizētas empīriskas zināšanas kādā šauri norobežotā studiju kursa jomā: P.Rivža, I.Arhipova (1995), L.Bielawski, R.Lewand (1991), Д.Джарратано, Г.Райли (2007).

Ekspertu sistēmas darbībā pamatojas uz neskaidrās loģikas pielietošanu. Neskaidrās loģikas pielietošana palīdz sekmīgi tikt galā ar uzdevumiem, kuru izejas dati ir vāji formalizēti. Apkalpošanas kultūra viesmīlības nozarē ir tāda cilvēciskās darbības joma, kurā vadītāju zināšanas ir grūti formalizējamas.

Lai izstrādātu ekspertu sistēmu studentu – topošo VNVAK novērtēšanai, autore izmantoja Baijesa metodi lēmumu pieņemšanai (Пустынникова, 2001), kura ir matemātiski pamatota. Metode paredz, ka informācijas lielākā daļa nav absolūti precīza, tai piemīt varbūtības raksturs. Baijesa metode pamatojas uz kaut kāda notikuma varbūtību kā vērtējumu, ko cilvēks tam piešķir un kurš var mainīties, saņemot jebkādu papildus informāciju.

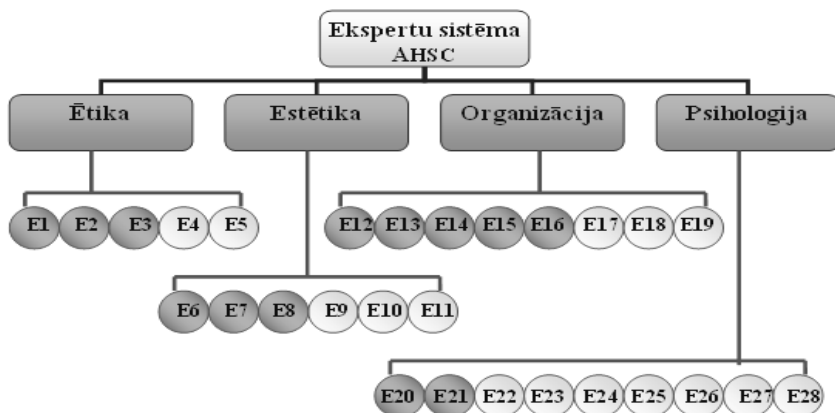
4.3. apakšnodaļā „Kompleksās ekspertu sistēmas “AHSC” izstrāde studentu - topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences attīstības diagnosticēšanai” VNVAK kompetences attīstības rādītāju diagnosticēšanai izstrādāta kompleksā ekspertu sistēma “AHSC”.

Lai noteiktu topošo VNVAK kompetences attīstības rādītājus, tika lietota **kompleksā ekspertu sistēma (KES) „AHSC”** (*Assessment of Hospitality Service Culture*), kas ir autore izstrādāta, pamatojoties uz programmatūru „Mazā Ekspertu sistēma” v 2.0 (Бухнин, 2001).

Galvenie informācijas resursi, kas tiek izmantoti *zināšanu bāzes* piepildīšanai „AHSC” izstrādes laikā, ir autore personiskā darba pieredze VNV izglītošanā un pedagoģiskā, psiholoģiskā un profesionālā literatūra.

KES „AHSC” izstrādāšanas procesa galvenie posmi ir: identifikācija, konceptualizācija, formalizēšana, izpilde un testēšana, eksperimentālā pārbaude.

KES „AHSC” struktūra parādīta 8. attēlā. Sistēmu veido 28 lokālās ekspertu sistēmas, kas attēlā parādītas aplū formā, un tās iedalās četrās grupās. Katra no grupām novērtē vienu no apkalpošanas kultūras kompetences aspektiem: ētisko, estētisko, organizatorisko, psiholoģisko. Tumšākie apli attiecas uz tehnoloģisko struktūrdaļu, gaišākie – uz humāno struktūrdaļu.



8. att. **Kompleksās ekspertu sistēmas „AHSC” strukturālā shēma apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa diagnosticēšanai**

Avots: autore konstrukcija

Pilnīgs KES „AHSC” lokālo ekspertu sistēmas uzskaitījums, atbilstoši apkalpošanas kultūras kompetences aspektiem, dots 7. tabulā.

7. tabula

„AHSC” lokālās ekspertu sistēmas

KES „AHSC”	Apkalpošanas kultūras kompetences	Lokālās ekspertu sistēmas nosaukums
ES 1.	Pārzināt starptautiskos ētikas standartus viesu apkalpošanā	Ētika 1
ES 2.	Uzlabot profesionālo meistarību ētiskā nozīmē	Ētika 2
ES 3.	Pārzināt un ievērot organizācijas un profesionālās ētikas normas	Ētika 3
ES 4.	Ievērot un izmantot profesionālās ētikas un uzvedības normas saskarsmē ar viesi	Ētika 4
ES 5.	Zināt un izmantot starptautiskās pieklājības normas	Ētika 5
ES 6.	Pārzināt un izmantot estētiskās vērtības viesu apkalpošanā	Estētika 1
ES 7.	Pārzināt un izmantot ražošanas un profesionālās etiķetes normas	Estētika 2
ES 8.	Pārzināt un izmantot protokola un etiķetes normas	Estētika 3
ES 9.	Pārzināt un izmantot personāla profesionālās estētikas normas	Estētika 4

7. tabulas nobeigums

KES „AHSC”	Apkalpošanas kultūras kompetences	Lokālās ekspertu sistēmas nosaukums
ES 10.	Pārzināt un izmantot dažādu tautu runas kultūru	Estētika 5
ES 11.	Pārzināt un izmantot savas un cittautu vispārpieņemtās kultūras normas	Estētika 6
ES 12.	Pārzināt uzņēmuma kā organizācijas darbību	Organizācija 1
ES 13.	Zināt un izmantot viesmīlības standartus	Organizācija 2
ES 14.	Pārzināt uzņēmuma tehnoloģisko dokumentāciju	Organizācija 3
ES 15.	Spēt organizēt personāla darba vietas	Organizācija 4
ES 16.	Apgūt profesionālas apkalpošanas tehnoloģiskos paņēmienus	Organizācija 5
ES 17.	Pārzināt un prognozēt pakalpojumu attīstību	Organizācija 6
ES 18.	Pārzināt un izmantot preču un pakalpojumu pārdošanas un reklamēšanas tehnoloģiju	Organizācija 7
ES 19.	Izmantot zināšanas un prasmes saskarsmē ar viesiem	Organizācija 8
ES 20.	Iniciatīva, atbildība un darbs komandā	Psiholoģija 1
ES 21.	Disciplinētība un gatavība darbam	Psiholoģija 2
ES 22.	Pārzināt savas kā indivīda, kā personības iespējas	Psiholoģija 3
ES 23.	Prast īstenot saskarsmes principus	Psiholoģija 4
ES 24.	Prast izmantot noteiktai kultūrai raksturīgus verbālos un neverbālos līdzekļus	Psiholoģija 5
ES 25.	Būt tolerantam multikulturālā vidē	Psiholoģija 6
ES 26.	Attīstīt savas personības psiholoģisko noturību	Psiholoģija 7
ES 27.	Prast novērst un atrisināt problēmsituācijas	Psiholoģija 8
ES 28.	Spēja ieinteresēt viesi	Psiholoģija 9

Avots: autores konstrukcija

Topošo VNVAK kompetences attīstības diagnosticēšana tika veikta, pamatojoties uz atbildēm, kas sniegtas uz autores izstrādātiem (374) jautājumiem, kas ietverti KES „0 - AHSC”, maksimāli aptverot nozīmīgākos kritērijus vadītāju apkalpošanas kultūrā.

Lai eksperimentāli pārbaudītu KES „AHSC”, autore ir veikusi eksperimentālo respondentu diagnostiku (0. diagnostika), pielietojot KES „0 - AHSC”, Informācijas Sistēmu vadības augstskolā.

Ekspertmentālā diagnostikā tika noteiktas dažas nepilnības KES „0 - AHSC” jautājumu formulējumos. Tā iespaidā rezultāti nebija pietiekami ticami. KES „AHSC” ekspertmentālās pārbaudes laikā tika konstatēts: studentu diagnosticēšanas process izrādījās darbietilpīgs un prasīja ievērojamu laika patēriņu (līdz 3 stundām); dažus ekspertu sistēmu jautājumus studenti nesaprata to nekorektā formulējuma dēļ. Šai sakarā autore pieņēma lēmumu optimizēt KES „0 - AHSC”, veicot korelācijas analīzi: A.Geske, A.Grīnfelds (2006), И.И.Елисева (2006), А.Ю.Козлов (2003), reducējot ekspertu sistēmu skaitu un koriģējot jautājumus.

Datu korelācijas analīzes rezultāti ļāva optimizēt KES „AHSC”. Ekspertu sistēmu skaits tika samazināts līdz 20, bet jautājumu skaits līdz 190. Apkalpošanas kultūras aspekti palika nemainīgi, lai varētu veikt studentu zināšanu diagnostiku pirms un pēc studiju didaktiskā modeļa aprobācijas. KES „AHSC” pēc optimizācijas tika izstrādāta gan latviešu, gan arī krievu valodā un nosaukta par KES „1 - AHSC”.

4.4. apakšnodaļā „Pētījumi par didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizāciju” ir aprakstīti pētījuma rezultāti par studiju didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizāciju.

Studentu – topošo VNVAK kompetences attīstības diagnostikas plāns ir parādīts 8. tabulā.

Sākotnējā diagnostika ISMA tika izdarīta divreiz, sākumā veikta diagnostika ar „0 - AHCS”, bet pēc nedēļas ar „1 - AHCS” (optimizēta KES). Salīdzinot divus rezultātus, var apgalvot, ka abas diagnostikas rezultāti atšķiras tikai 12 % gadījumā. Tādējādi, tālākos pētījumos pamatoti varēja izmantot optimizēto ES - „1 - AHCS”.

Diagnostika, lietojot komplekso ekspertu sistēmu „1 - AHSC”, tika veikta trijās izglītības iestādēs (2008./2009.m.g. septembris).

2008./2009. studiju gadā bija veikta modeļa „Apkalpošanas kultūra” aprobācija trijās izglītības iestādēs: ISMA, KVTK, CHM.

Pēc modeļa aprobācijas (2008./2009.s.g. maijs) veikta noslēdzošā diagnostika - 2. diagnostika, lietojot KES „1 - AHSC”, kurā piedalījās tie paši pirmā kursa studenti.

Apkopojot studentu diagnostikas datus, tika aprēķināti varbūtības novērtēšanas vidējie rādītāji, atbilstoši trijos kompetences līmeņos trijās izglītības iestādēs: ISMA, KVTK, CHM. Noteikts kompetences novērtēšanas procentuālais pieaugums pēc modeļa „Apkalpošanas kultūra” aprobācijas visos četros apkalpošanas kultūras aspektos: ētiskajā, estētiskajā, organizatoriskajā un psiholoģiskajā. Kopumā ekspertmentālais darbs parādīja pozitīvu studentu apkalpošanas kultūras kompetences attīstības dinamiku visās trijās izglītības iestādēs.

Varbūtības vidējais novērtējums, ko izteica Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskolas pirmā kursa studenti studiju gada sākumā zemā, vidējā un augstā līmeni ir 0.231, 0.513, 0.702 un pirmā kursa studenti studiju gada beigās - 0.013, 0.814, 0.979. Attiecīgi zināšanu novērtēšanas pieaugums zemā, vidējā un augstā līmeni ir 94.36%, 58.64%, 39.46%.

Studentu – topošo viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras kompetences attīstības diagnostikas plāns

Pētījumu posms	Diagnostika	Augstskola	Studentu skaits	Kurss	Norises laiks	Semestris	ES	Diagnostika
Konstatējošais	Ekspimentālā	ISMA	33	1. kurss	2007./2008. aprīlis	2. semestris	„0 - AHCS”	0. diagnostika
Veidojošais	Sākotnējā	ISMA	124	1. kurss	2008./2009. septembris	1. semestris	„0 - AHCS”	1. diagnostika
		KVTK CHM	22 43	1. kurss	2008./2009. septembris	1. semestris	„1 - AHCS”	1. diagnostika
Noslēguma	Noslēguma	ISMA KVTK CHM.	112 20 41	1. kurss	2008./2009. maijs	2. semestris	„1- AHCS”	2. diagnostika

Avots: autores konstrukcija

Varbūtības vidējais novērtējums, ko izteica Klaipēdas Biznesa un tehnoloģiju koledžas pirmā kursa studenti studiju gada sākumā zemā, vidējā un augstā līmenī ir 0.184, 0.549, 0.728 un pirmā kursa studenti studiju gada beigās - 0.036, 0.734, 0.945. Attiecīgi zināšanu novērtēšanas pieaugums zemā, vidējā un augstā līmenī ir 80.53%, 33.81%, 29.81%.

Varbūtības vidējais novērtējums, ko izteica Viesnīcu Menedžmenta koledžas pirmā kursa studenti studiju gada sākumā zemā, vidējā un augstā līmenī ir 0.149, 0.629, 0.764 un pirmā kursa studenti studiju gada beigās - 0.019, 0.896, 0.999. Attiecīgi zināšanu novērtēšanas pieaugums zemā, vidējā un augstā līmenī ir 87.60%, 42.61%, 30.60%.

Noslēdzot eksperimentālo darbu, pozitīva dinamika fiksēta visos apkalpošanas kultūras kompetences aspektos. Ētiskajā aspektā kompetences pieaugums vidēji visās trijās izglītības iestādēs zemākajā līmenī bija 69.74%, vidējā – 29.16%, augstākā – 13.9%. Estētiskajā aspektā kompetences pieaugums zemākajā līmenī bija 91.11%, vidējā – 52.2%, augstākā – 44.0%. Organizatoriskajā aspektā šis rādītājs zemākajā līmenī bija 92.38%, vidējā – 73.66%, augstākā – 59.66%. Psiholoģiskajā aspektā kompetences pieaugums zemākajā līmenī bija 81.82%, vidējā – 34.38%, augstākā – 24.79%.

Pozitīvo dinamiku attēlo arī VNVAK sastāvdaļas. Tehnoloģiskā kultūrā kompetences pieaugums vidēji visās trijās izglītības iestādēs zemākajā līmenī bija 82.87%, vidējā – 47.35%, augstākā – 35.14%. Humānā kultūrā kompetences pieaugums zemākajā līmenī bija 84.60%, vidējā – 42.97%, augstākā – 34.93%. Visu četru apkalpošanas kultūras kompetences aspektu (ētiskā, estētiskā, organizatoriskā, psiholoģiskā) un abu apkalpošanas kultūras kompetences struktūrdaļu (tehnoloģiskā un humānā) radītājiem ir vērojama izaugsme.

Noslēguma diagnostikas, kā arī visa eksperimentālā darba rezultāti apliecināja modeļa „Apkalpošanas kultūra” izmantošanas efektivitāti. Eksperimentālā darba rezultātu analīze, pamatojoties uz izstrādāto komplekso ekspertu sistēmu „AHSC”, ļauj secināt par apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa paaugstināšanos.

Pētījuma gaitā aprakstītie iegūtie rezultāti, kas pārbauda promocijas darbā izvirzīto hipotēzi, apstiprina noteiktā mērķa un realizējamo uzdevumu izpildīšanu. Iegūtie pedagoģiskā eksperimenta rezultāti ļauj secināt, **ka topošo VNVAK kompetences līmenis paaugstinās, ja studiju procesā izmantots pamatots un izvērtēts didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”, kas nodrošinās topošo VNVAK attīstību.**

4.5. apakšnodaļā „Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības didaktiskā modeļa ekspertu vērtējums” atklāj ekspertu vērtējuma organizāciju, ekspertiem izvirzot uzdevumus, ekspertu kompetenci un pētījuma datu apstrādi.

Saskaņā ar V.Čerepanova metodiku (Черепанов, 1989), tika noteikts optimālais ekspertu skaits (4).

Lai novērtētu ekspertu kandidātu kompetenci, tika lietota ekspertu pašnovērtēšanas metode pēc autores izstrādātiem parametriem. Tika aprēķināts katra ekspertu kandidāta pašnovērtējuma koeficients. Pētījuma rezultātā tika noteikts, ka izveidotās ekspertu grupas locekļiem raksturīgs augsts vienprātības koeficients **0.97**, kas savukārt liecina par ekspertu dotā vērtējuma augstu ticamības pakāpi.

Ekspertu pētījuma norises procesā eksperti ir izteikuši savu personīgo viedokli par modeli „Apkalpošanas kultūra” pēc autores izstrādātajiem kritērijiem.

Analizējot ekspertu vērtējumu par studiju didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” iespējām, risinot izvirzītos pedagoģiskos uzdevumus, jāsecina:

- didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” ir veidots kā oriģināls organizatoriski didaktisku nosacījumu kopums, kas prioritāri nodrošina VNVAK kompetences attīstību visā to daudzveidībā aptverot četras autores ieteiktas struktūrdaļas: ētiskā, estētiskā, organizatoriskā, psiholoģiskā;
- VNVAK kompetences ir pārdomātas, cieši saistītas ar praksē vairāk nozīmīgākajam viesmīlības nozares speciālistu kompetencēm un atzītas par svarīgiem kritērijiem modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizācijas rezultātu novērtēšanā;
- studiju procesa organizācija, formas, metodes un līdzekļi atbilst studiju mērķiem un uzdevumiem, veicina apkalpošanas kultūras attīstību topošiem VNV;
- topošo VNVAK kompetences attīstības diagnostiku var efektīvi veikt, izmantojot komplekso ekspertu sistēmu „AHSC”;
- didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” izmantošana ir atzīta par aktuālu un tam ir liela praktiskā nozīme VNV studiju procesā.

Visi eksperti autores izstrādātajam modelim „Apkalpošanas kultūra” devuši augstu (9.8) novērtējumu.

Secinājumi

1. Par augstākās izglītības prioritāriem uzdevumiem viesmīlības nozarē kļūst vispusīga personības attīstība, zināšanu apguve, socializācija, kurai ir noteicošā loma komunikācijas spēju attīstībā, viedokļu apmaiņā un pozīciju salīdzināšanā, atšķirību atzīšanā un pieņemšanā, dialoga principa sabiedrībā apguvē. Jebkura studenta personības attīstību ietekmē vide. Starp cilvēku un vidi pastāv mijiedarbība, kas būtiski ietekmē cilvēka personību. Cilvēks piemērojas apkārtējai videi, dibina attiecību uz to dažādas attieksmes, kuru kopums ir viens no nosacījumiem, kas veido sabiedrības kultūras sistēmu. Ar *personības attīstību* saprot likumsakarīgas kvalitatīvas pārmaiņas dzīves, sociālo un garīgo procesu norisē, kas nosaka tādu kvalitāšu iegūšanu, kas raksturo individu kā personību. *Personības kultūra* aplūkojama kā personības individuāli apgūta sabiedrības kultūra, kuru veido vērtības, zināšanas, prasmes un attieksmes un tā izpaužas dialogā un radošā darbībā. Personības kultūra aptver gan personības būtiskās īpašības (garīgums, brīvība, atbildība, radošums, humanitāte), gan arī izglītību. Personības kultūra ir cilvēka izglītības priekšnosacījums un rezultāts. Cilvēks izglītojoties apgūst kultūru un pieredzi un, izglītojoties, viņš var to arī radīt un bagātināt. Studijas un audzināšana veicina attīstību un kulturizāciju. Kulturizācijas procesā notiek cilvēka ieaugšana kultūrā, socializācijas procesā apgūst savas sociālās grupas normas, un profesionālās attīstības procesā apgūst sabiedrības profesionālo kultūru, integrējas profesionālajā sistēmā ar profesionālo vērtību, tradīciju un profesionālas izturēšanās

normu apgūšanas palīdzību. Kulturizācijas, socializācijas un profesionālās attīstības procesi augstskolas izglītības vidē veido apkalpošanas kultūras izglītības būtību un jēgu, kā arī nosaka visa VNV izglītības procesa vērtību sistēmu. Studenta - VNV personība attīstās kultūras, sociālo, profesionālās darbības un augstskolas izglītības vides mijiedarbībā.

2. **Apkalpošanas kultūra** ir relatīvi patstāvīga kultūras daļa, kurā izpaužas attiecību raksturs starp viesmīlības nozares darbiniekiem un viesiem, multikulturālās sabiedrības pārstāvjiem, materiālo un garīgo vērtību radīšanas un apgūšanas procesā. Apkalpošanas kultūra ir speciālista personības sistēmrakturojums, kuras struktūra aptver humāno un tehnoloģisko struktūrdaļas un ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus. Humānā struktūrdaļa ir apkalpošanas kultūras subjekta apziņas un pašapziņas, darbības tikumisko uzskatu un estētisko priekšnoteikumu integrāls raksturojums. Humānā struktūrdaļa ir vērsta uz iekšējo subjekta attīstību, cilvēcisko vērtību veidošanos, uz attiecību pilnveidošanos starp cilvēkiem un uz visas sociālās vides humānismu. Tehnoloģiskā struktūrdaļa raksturo subjekta mijiedarbības veidus ar darba priekšmetu un rīkiem, kā arī viņa gatavības pakāpi veikt konkrētu darbības veidu.

3. Tā kā kultūra ir sociāli determinēts cilvēka darbības veids, tad kompetence ir šī veida projekcija attiecībā uz noteiktu darbības jomu. Kompetencei ir daudzkomponentu struktūra, kas apver zināšanas, prasmes un attieksmes un veicina augsti profesionālas darbības realizāciju un speciālista personības attīstību. **Viesmīlības nozares vadītāja apkalpošanas kultūras kompetence** ir integrāls VNV personības īpašību kopums, kuras struktūrā iekļaujas individuālās, starpkultūru un profesionālās apkalpošanas kultūras kompetences. Apkalpošanas kompetence ir apkalpošanas kultūras izglītības rezultāts. Lai novērtētu didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizācijas rezultātus, izstrādāti apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa novērtēšanas kritēriji, kas apskatīti četros aspektos - ētiskā, estētiskā, organizatoriskā un psiholoģiskā.

4. Izstrādātais **didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”** balstās uz humānisma, kulturoloģisku un kompetenču izglītības pieejām, kuras vispilnīgāk atklāj topošo VNV personību kultūras fenomenu. Modeļa „Apkalpošanas kultūra” didaktisko nosacījumu kopums ietver: studiju mērķi, izglītības saturu, studiju metodes un līdzekļus, studiju darba organizatoriskās formas, dialoga principu kā mijiedarbības procesu. Par apkalpošanas kultūras izglītības mērķi kļūst topošo VNVAK attīstība, apgūstot apkalpošanas kultūras kompetenci. Topošajam VNVAK izglītības saturs nozīmē konkrētu zināšanu, apkalpošanas kultūras prasmju un attieksmju apjomu mijšakarībās kā veselumu, kā apgūšanai nepieciešams dažādot studiju metodes, formas un līdzekļus, taču dialogs kā princips kļūst vadošais apkalpošanas kultūras izglītībā un docētāja uzdevums nodrošināt studenta iekļaušanos kultūrā ar dialoga palīdzību. Aprobētā didaktiskā modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizācijas tehnoloģija parāda to, ka apkalpošanas kultūras izglītība ir iegūstama aktīvās studijās, kad studenti mijiedarbojas viens ar otru un ar docētāju. Tās ir uz pieredzi un aktīvu izpēti balstītas studijas sadarbībā ar docētājiem.

5. Autores izstrādāta **kompleksā ekspertu sistēma „AHSC”** (*Assessment of Hospitality Service Culture*), nosaka VNV apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeni tehnoloģiskā un humānā struktūrdaļās, ētiskajā, estētiskajā, psiholoģiskajā un organizatoriskajā aspektos. „AHSC” devusi praktisku nozīmi – datu apstrādes rezultāti ievērojami vienkāršo kompetences diagnostikas darbu, un tas ļauj noteikt studentu kompetences vājos posmus, sekmē optimālāku studiju metožu izvēli.

6. Eksperimentālais pētījums par piedāvātā modeļa „Apkalpošanas kultūra” realizāciju, aprobāciju un eksperimentālo pārbaudi apliecina:

- pozitīva dinamika fiksēta visos apkalpošanas kultūras kompetences aspektos. Ētiskajā aspektā kompetences procentuālais pieaugums vidēji visās trijās izglītības iestādēs zemākajā līmenī bija 69.74%, vidējā – 29.16%, augstākā – 13.9%. Estētiskajā aspektā kompetences procentuālais pieaugums zemākajā līmenī bija 91.11%, vidējā – 52.2%, augstākā – 44.0%. Organizatoriskajā aspektā šis rādītājs zemākajā līmenī bija 92.38%, vidējā – 73.66%, augstākā – 59.66%. Psiholoģiskajā aspektā kompetences procentuālais pieaugums zemākajā līmenī bija 81.82%, vidējā – 34.38%, augstākā – 24.79%;
- pozitīvo dinamiku attēlo arī apkalpošanas kultūras kompetences struktūrdaļas. Humānā struktūrdaļā kompetences procentuālais pieaugums zemākajā līmenī bija 84.60%, vidējā – 42.97%, augstākā – 34.93%. Tehnoloģiskā struktūrdaļā kompetences procentuālais pieaugums vidēji visās trijās izglītības iestādēs zemākajā līmenī bija 82.87%, vidējā – 47.35%, augstākā – 35.14%;
- visa eksperimentālā darba rezultāti liecina par modeļa „Apkalpošanas kultūra” aktualitāti. Apkalpošanas kultūras attīstības formas, metodes un līdzekļi to savstarpējā sakarībā tika orientēti uz pozitīvu rezultātu sasniegšanu. Eksperimentālā darba rezultātu analīze, pamatojoties uz izstrādātas ekspertu sistēmas rādītājiem, ļauj secināt par apkalpošanas kultūras kompetences līmeņa paaugstināšanos;
- didaktiskā modeļa ekspertu novērtējuma izveidotās ekspertu grupas locekļiem raksturīga augsta vienprātības pakāpe (0.97), kas liecina par ekspertu dotā vērtējuma augstu ticamības pakāpi. Visi eksperti autores izstrādātajam modelim „Apkalpošanas kultūra” devuši augstu (9,8 balles) novērtējumu.

7. Pētījuma gaitā iegūtie rezultāti pārbaudīja promocijas darbā izvirzīto hipotēzi, apstiprina noteiktā mērķa un realizējamo uzdevumu izpildīšanu. Pētījums pierāda, ka topošo VNV apkalpošanas kultūras kompetences līmenis paaugstinās, ja studiju procesā izmantots pamatots un izvērtēts didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra”. Izstrādātā modeļa izmantošana studijās veicina topošo VNV apkalpošanas kultūras attīstību.

Ieteikumi

augstskolu docētājiem, kuri piedalās viesmīlības vai tai radniecīgu studiju programmu īstenošanā

- Viesmīlības nozares vadītāju (vai speciālistu) augstākās profesionālās izglītības studiju programmu (Ēdināšanas un viesnīcu uzņēmējdarbība, Tūrisma un viesmīlības nozares uzņēmumu vadība, Viesnīcu vadība, Uzņēmējdarbība restorānu biznesā) un vidējās profesionālās izglītības studiju programmu (Ēdināšanas serviss, Restorānu serviss, Restorānu servisa komercdarbība) īstenošanā **iekļaut** autore izstrādāto viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības **didaktisko modeli „Apkalpošanas kultūra”**, kas pamatojas uz pedagoģiski sistēmisku pieeju humānisma, kulturoloģiskā un kompetenču griezumā viesmīlības nozares vadītāju izglītībā.
- Didaktiskais modelis „Apkalpošanas kultūra” ir izmantojams apkalpošanas kultūras izglītībā ne tikai augstskolās, bet arī profesionālās mācību iestādēs. To var realizēt iestrādājot programmā **apkalpošanas kultūras aspektus** (ētiskais, estētiskais, psiholoģiskais, organizatoriskais) **un rādītājus, vai i z m a n t o j o t autorprogrammu studiju kursam „Apkalpošanas kultūra”**.
- Apkalpošanas kultūras izglītībā **i z m a n t o t** autore izstrādātos **metodiskos materiālus**, kas veicina VNV apkalpošanas kultūras attīstību (mācību līdzekļi un grāmatas: *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss I”*; *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss II”*; *„Restorānu bizness - no idejas līdz realitātei”*; *„Kokteiļu grāmata 50MIX&FIX”*; *„Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana”*).
- Studentu un viesmīlības nozares darbinieku apkalpošanas kultūras kompetences attīstības līmeņa diagnosticēšanai **i z m a n t o t** autore izstrādāto diagnosticēšanas metodiku – **ekspertu sistēmas kompleksu „AHSC”** (*Assessment of Hospitality Service Competence*), kas ietver apkalpošanas kultūras kompetences attīstības novērtēšanas kritērijus un līmeņus un aptver viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras ētisko, estētisko, organizatorisko un psiholoģisko aspektus.
- Viesmīlības nozares studentu profesionālās kompetences attīstības veicināšanai **i z s t r ā d ā t** autore teorētiski pamatotā un eksperimentāli pārbaudītā **didaktiskā modeļa variantus** profilējošiem studiju kursiem (Ēdināšanas uzņēmējdarbības vadība, Ēdināšanas serviss, Profesionāla

klientu apkalpošana, Ēdināšanas industrija, Tūrisms un viesmīlība, Viesu apkalpošanas organizācija, Viesmīlības serviss, Apkalpošanas standarti un noteikumi, Viesu apkalpošana un profesionālā ētika u.c.), un iekļaut tos pedagoģiskā darba ikdienā.

Pētījumu rezultātu aprobācija

Promocijas darba izstrādes gaitā iegūtas atziņas apkopotas zinātniskās publikācijās un referātos. Par promocijas darbā atspoguļotajiem pētījumiem autorei ir zinātniskie raksti Latvijas Zinātnes padomes atzītajos izdevumos, kā arī autore ir referējusi starptautiskās zinātniskās konferencēs.

Referāti zinātniskajās konferencēs

2010.gads

1. Kuliša I. Apkalpošanas kultūras izglītības didaktiskie principi. Referāts 52. starptautiskajā zinātniskajā konferencē 2010. gada 14.-17. aprīlī. Daugavpils, Daugavpils Universitāte.
2. Kuliša I. Ekspertu sistēma studentu zināšanu diagnostikā Referāts 8. starptautiskajā konferencē *Open Learning & Distance Education* 2010. gada 19.-20. janvārī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.
3. Kulisha I. The Education of Future Hospitality Managers' Service Culture. Referāts 12. starptautiskajā simpozijā *Materials, Methods & Technologies* 2010. gada 11.-15. jūnijā. Bulgārija, Saulainais Krasts, Bulgārijas Zinātņu akadēmija.
4. Kulisha I. Hospitality Managers' Service Competence. Referāts 4. starptautiskajā konferencē *Research in Didactics of the Sciences (DidSci)* 2010. gada 4.-12. jūlijā. Polija, Krakova, Krakovas Pedagoģijas universitāte.
5. Kulisha I. Structure of Hospitality Managers' Service Culture in a Polyethnic Environment. Referāts 4. starptautiskajā kongresā *Hotelpan 2009* 2010. gada 22.-23. aprīlī. Serbija, Belgrada, Viesnīcu Vadības koledža.
6. Kuliša I. Viesmīlības speciālista kompetences modelis. Referāts 8. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2010. gada 15.-16. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.
7. Кулиш И. Культура обслуживания в условиях экономического кризиса. Referāts 11. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *E-gospodarka E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej* 2010.gada 5.-7. maijā. Ļubļina, Ļubļinas Katoļu universitāte.

2009.gads

8. Kulisha, I., Mrochko A., Muhamedyev R., Shynybekov A.N. Correlation – regression analysis of the knowledge and skills complex expert system. Referāts 3. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Innovative Information*

Technologies IIT-2009. 2009. gada 4. decembrī. Lietuva, Viļņa, Viļņas Biznesa koledža.

9. Kulisha I. Didactic model of hospitality managers service culture development in polyethnic environment. Referāts 3. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Language, Individual & Society in the Modern World* 2009. gada 7.-10. septembrī. Bulgārija, Saulainais Krasts, Bulgārijas Zinātņu akadēmija.
10. Kulisha I. Mrochko A., Muhamedyev R. Reduction of Experts System for Students Knowledge Evaluating in the Area of Hospitality Technology. Referāts 7. starptautiskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2009. gada 16.-17. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.
11. Kuliša I. Topošo viesmīlības speciālistu apkalpošanas kultūras aspektu novērtēšana studiju procesā. Referāts 4. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Rural Environment. Education. Personality* 2009. gada 29.-30. maijā. Jelgava, Latvijas Lauksaimniecības universitāte.
12. Kulisha I. Viesmīlības vadītāja apkalpošanas kultūra. Referāts 7. starptautiskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2009. gada 16.-17. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.
13. Кулиш И. Анализ культуры обслуживания специалистов гостеприимства с помощью экспертных систем. Referāts 10. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *E-gospodarka E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej* 2009. gada 11.-13. maijā. Ļubļina. Ļubļina Katoļu universitāte.

2008.gads

14. Kuliša I. Docētāja mājas lapa – kā jauns izglītības mērķis. Referāts 6 starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2008. gada 14.-15. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmentu augstskola.

2007.gads

15. Kuliša I. Starpkultūru tendences viesmīlības nozarē. Referāts 5. starptautiskajā konferencē *Open Learning & Distance Education* 2007. gada 18.-19. janvārī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.
16. Kuliša I. Viesmīlības nozares speciālista polietniskā kultūra kā svarīgs pakalpojumu kvalitātes uzlabošanas faktors. Referāts 5. starptautiskajā konferencē *Pedagoģija: teorija un prakse* 2007. gada 8. jūnijā. Liepāja, Liepājas Pedagoģijas akadēmija.

2006.gads

17. Kuliša I. Kooperatīva vērtēšana – kreatīvā studiju procesa sastāvdaļa kultūrizglītībā. Referāts 11. starptautiskajā kreativitātes konferencē *Kreativitāte kā process* 2006. gada 10.-11. novembrī. Rīga, Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības augstskola.
18. Kuliša I. Pašvērtēšana studijās - saikne starp procesu un rezultātu. Referāts 4. starptautiskajā konferencē *Open Learning & Distance Education* 2006. gada 19.-20. janvārī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.

19. Kuliša I. Studenta *portfolio* kā profesionālās darbības „starta kapitāls”. Referāts 4. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2006. gada 11.-12. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.

2004.gads

20. Kuliša I., Člaidze V., Agarval K.M. Restorānu biznesa pilnveidošanas īpatnības, Latvijai iestājoties ES. Referāts 2. starptautiskajā zinātniskajā konferencē *Information Technologies and Management* 2004. gada 15.-16. aprīlī. Rīga, Informācijas Sistēmu menedžmenta augstskola.

Publikācijas vispāratzītos zinātniskos recenzējamos izdevumos

1. Kulisha, I. (2009) Competence Model of a Hospitality Specialist. *In: Proceeding of the International Scientific Conference Society, Integration, Education*. Rezekne : Rēzeknes Augstskola, p. 122-129. ISBN 978-9984-44-018-7, ISSN 1691-5895, (**Thomson Reuters Web of Science datu bāze**).
2. Kulisha, I. (2007) The corporate assessment - a component of the creative study process in culture education. *In: Radoša personība: V. Zinātnisko rakstu krāj.* Rīga : Kreativitātes zinātniskais institūts, 78.-86. lpp. ISBN 978-9984-39-372-8.
3. Kulisha, I. (2009) Didactic model of hospitality managers service culture development in polyethnic environment. *Journal of International Scientific Publication: Language, Individual & Society*. Bulgaria : Vol.3, Part1, p. 114-128. Pieejams: <http://www.science-journals.eu/>. ISSN 1313-2547.
4. Kulisha, I. (2009) Development of Hospitality Branch in Multi Ethnic Environment in Latvia. *Multi-subject scientific journal "Innovations and Technologies News"*. No.2 (3), p. 56-67. ISSN 1691-4937.
5. Kulisha, I. (2010) The Education of Future Hospitality Managers' Service Culture. *Journal of International Scientific Publication: Materials, Methods & Technologies* Bulgārija: Vol.4, Part1, p. 318-327. Pieejams: <http://www.science-journals.eu/>. ISSN 1313-2539.
6. Kulish, I. Muhamedijev, R. (2009) Experts' System for Assessing Students' Knowledge in the Area of Hospitality Technology. *Scientific and research journal "Computer Modelling and New Technologies"*. Vol.13, No.2, p. 31-37. Pieejams: <http://www.tsi.lv>. ISSN 1407-5806, ISSN 1407-5814.
7. Kulisha, I. (2008) Humanitarization of education as a development factor of professional culture for future hospitality specialists. *Pedagogical and Psychological Problems in Modern Education*. *International scientific journal "Problems of Education in the 21 st Century"*, Vol.4, p. 22-30. ISSN 1822-7864.
8. Kulisha, I. (2009) Pedagogical Preconditions of the Development of Service Culture of a Future Hospitality Specialists. *Didactical and Psychological Issues and Prospects in Education*. *International scientific journal "Problems of Education in the 21 st Century"*, Vol.10, p. 69-80. ISSN 1822-7864.

9. Kuliša, I. (2008) Projektu tehnoloģijas organizācija topošo viesmīlības speciālistu studiju procesā. *Information Technologies, Management and Society*, Rīga : ISMA, Vol.1, Nr.2, 128.-135. lpp. ISSN 1691-2489.
10. Kulisha, I. (2008) The student's portfolio-as the „starting investment“ of professional activity. *Information Technologies, Management and Society*, Rīga : ISMA, Vol.1, No.2, p. 42-49. ISSN 1691-2489.
11. Kulisha, I. (2009) Structure of Hospitality Managers' Service Culture in a Polyethnic Environment. *Journal for Theory and Practice of Hotel Industry „HOTELlink 2009”*, Belgrade, Vol.10, No.13-14, p. 279-286. ISSN 1451-5113.
12. Kuliša, I. (2009) Topošo viesmīlības speciālistu apkalpošanas kultūras aspektu novērtēšana studiju procesā. *Proceeding of the 4th International Scientific Conference Rural Environment. Education. Personality*, Jelgava : Jelgavas Printing House, Nr.4, 350.-367. lpp. ISBN 978-9984-48-002-2.
13. Kuliša, I. (2007) Viesmīlības nozares speciālista polietniskā kultūra kā svarīgs pakalpojumu kvalitātes uzlabošanas faktors. *Pedagoģija: teorija un prakse V*. Rakstu krāj. Liepāja : LiePa, 218.-227. lpp. ISSN 1407-9143.
14. Kuliša, I. (2009) Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības polietniskā vidē studiju metodes un materiāli. *Information Technologies, Management and Society*. Rīga : ISMA, Vol.2, No.2, p. 41-54. ISSN 1691-2489.

Pārējās publikācijas

1. Кулиш, И. (2009) Анализ культуры обслуживания специалистов гостеприимства с помощью экспертных систем. *In: E-gospodarka E-spoleczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej*. Pod red. S. Partyckiego. Vol., № 2. Lublin : Wydawnictwo KUL, c. 146.-148. ISBN 978-83-7363-839-6.
2. Кулиш, И. (2010) Культура обслуживания специалистов гостеприимства в условиях экономического кризиса. *In: Partnerstwo i współpraca a kryzys gospodarczo społeczny w Europie Środkowej i Wschodniej*. Pod red. S. Partyckiego. Lublin : Wydawnictwo KUL, Vol., № 2. Lublin : Wydawnictwo KUL, c. 602.-605. ISBN 978-83-7702-016-6.

Sagatavoti metodiskie materiāli

1. Kuliša, I. (2003) *Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana*: māc.grām. Rīga : ISMA, 160 lpp. ISBN 9984-19-439-6.
2. Kuliša, I. (2008) *Kokteiļu grāmata 50MIX&FIX*. Rīga : ISMA, 208 lpp. ISBN 978-9984-7-2.
3. Kuliša, I. (2009) *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss I”*. Rīga : SIA „Biznesa Vadības koledža”, 255 lpp. ISBN 978-9984-838-07-63.
4. Kuliša, I. (2005) *Restorānu bizness - no idejas līdz realitātei*: mācību līdz. iesācējiem uzņēmējdarbībā. Rīga : ISMA, 174 lpp. ISBN 9984-9848-0-x.

5. Vanaga, V., Kuliša, I. (2009) *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss II”*. Rīga : SIA „Biznesa Vadības koledža”, 309 lpp. ISBN 978-9984-838-33-5.
6. Кулиш, И. (2005) *Бар: напитки, коктейли, обслуживание*: уч. книга. Рига : ISMA, 179 с. ISBN 9984-9848-3-4.
7. Кулиш, И. (2006) *Ресторанный бизнес: от идеи до реальности*: учебное пособие для начинающих предпринимателей. Рига : ISMA, 194 с. ISBN 9984-9848-2-6.

Акceptētie raksti publicēšanai

1. Kuliša, I. (2010) Apkalpošanas kultūras izglītības didaktiskie principi. 52. starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. Daugavpils : Daugavpils Universitāte.
2. Kuliša, I., Mrochko, A., Muhamedyev, R., Shynybekov, A.N. (2010) Correlation – regression analysis of the knowledge and skills complex expert system. International journal *Innovative infotechnologies for science, business and education*. Vilnius.
3. Kulisha I. (2010) Hospitality Managers' Service Competence. In: *Proceeding of 4th International Conference Research in Didactics of the Sciences*. Krakow.
4. Kuliša, I., Mrochko, A., Muhamedyev, R. (2009) Reduction of Experts System for Students Knowledge Evaluating in the Area of Hospitality Technology. *Information Technologies, Management and Society*. Rīga : ISMA.

LATVIA UNIVERSITY OF AGRICULTURE
Faculty of Engineering Institute of Education and Home Economics



Irēna Kuliša

**DEVELOPMENT OF SERVICE CULTURE
OF PROSPECTIVE HOSPITALITY SECTOR
MANAGERS WITHIN STUDIES
AT HIGHER EDUCATION INSTITUTION**

**Synopsis of Promotion Thesis
For the Scientific Degree in Pedagogy (Dr. paed.)**

Sub- Discipline: University Pedagogy

Jelgava 2010

The promotion thesis was worked out at the Institute of Education and Home Economics of the Faculty of Engineering at Latvia University of Agriculture within the period of time from 2003 till 2010

Structure of the thesis: promotion thesis in 4 chapters

Author of the thesis Irēna Kuliša

Scientific adviser *Dr.paed.* assoc. professor **Vija Dišlere**

Reviewers of the thesis:

Dr.paed. professor **Velta Ļubkina**, Rezekne Higher Education Institution

Dr.paed. professor **Zenta Anspoka**, Riga Teacher Training and Educational Management Academy

Ph.D. assist. professor **Justina Erčulj**, University of Primorska, Slovenia

The promotion thesis has been worked out by financial support of ESF



The promotion thesis and the synopsis is available at the Fundamental Library of Latvia University of Agriculture (Lielā Street 2, Jelgava) and <http://lluufb.llu.lv/llu-theses.htm>

The promotion thesis is to be defended at the public session of the Promotion Council for Pedagogy at the Institute of Education and Home Economics of the Faculty of Engineering, Latvia University of Agriculture 2nd of December, 2010 12.00 in Jelgava, Čakstes blvd 5, room 336

Chairperson of the Promotion Council for Pedagogy
of the Latvia University of Agriculture

Dr.paed. professor of Latvia University of Agriculture **Baiba Briede**

© **Irēna Kuliša. Development of Service Culture of Prospective Hospitality Sector Managers within Studies at Higher Education Institution – synopsis of promotion thesis**

© Latvia University of Agriculture
Lielā Street 2, Jelgava, LV-3001

Number of copies printed 70.

General Description of Promotion Thesis

The thesis consists of an introduction, four parts, conclusions and 30 appendices. Volume of the paper - 164 pages (304 pages including appendices), 29 tables, 25 figures, 18 formulas, 304 bibliographic sources and Internet resources in Latvian, English, German and Russian languages. The author has graduated from the doctoral study program in pedagogy of the Institute of Education and Home Economics of the Latvia University of Agriculture. The total length of service in pedagogy is 24 years, including 11 years at higher education institution – four years as an assistant professor. At present, assistant professor at the Information Systems Management Institute (study course “*Catering Sector*”, “*Service Culture*”). Worked also at the College of Business Administration (study course “*Catering Service*”), the University College of Economics and Culture (study course “*Hospitality Culture*”), the Professional Secondary School of RSEBAA (subjects “*Guest Servicing*”, “*Work Organization of Catering Enterprises*”) and other education institutions.

Since the last decades of the XXth century, the inhabitants of the planet, as well as their culture are heavily affected by such a worldwide process as globalization. The process of globalization has exacerbated the existing and created new problems in the whole spectrum of fields of human activity, including education. F.Altbach (*Education at a Glance*, 2003) defines globalization as economic, technological and scientific trends that directly affect higher education and are largely inevitable.

Under the circumstances of globalization, the central aim of higher education from the economical viewpoint is training of production specialists, but from the viewpoint of the scientist R.Hassan (Hassan, 2003) the idea of higher education institution is treated in a narrow economical meaning: orientation towards the practical result. The tough competition contributes to increased flexibility of higher education institutions as regards the ways of organisation of the education area, to orientation of higher education institutions in their development towards market needs instead of “universal” knowledge, as well as to active introduction of virtual forms of studies. “Higher education institutions have changed so radically that a typical lecturer, administrator or student of the 60-ties and 70-ties of the last century would hardly recognize them. Higher education institutions would seem to them more like market companies or advertising agencies: higher education institutions today are affected by profit, product, client, market share or brand development problems to this extent” (Hassan, 2003, 79).

But the three main traits testifying to the remaining important role of higher education in satisfaction of the needs of society should be mentioned: adaption of students to their role in society – socialization, ensuring of social mobility to all citizens, promotion of higher education institution as an independent place of science and free discussion support.

In the Bologna declaration (*The Bologna Declaration*, 1999) the concept „the Europe of knowledge” is defined as “an irreplaceable factor of social and humanitarian

development, as well as the necessary component for uniting and enriching of European citizenship, which can ensure the citizens with the necessary information for being able to face the challenges of the new millennium, simultaneously understanding the community of values and belonging to the common social and cultural heritage”.

The multicultural background of the present Latvian society in relation to social globalization, consolidation and integration, preservation of the unity of the public sociocultural area, provides the science of pedagogy and the education system with a complex of problems to be theoretically and practically solved. The problem of youth education is topical, which is related to the ability to function within a multicultural society.

Higher education institutions as a practice of functioning of an intellectual community that ensures communication on the basis of partner equality and respect of cultural diversity, could promote a tolerant understanding of the multicultural world. Such an ideal university would become a place of intellectual aristocracy, a place of promotion of aristocracy of mass society about which with great expectations K.Jaspers wrote about (Ясперс, 1991, 145): “The world would reach the pinnacle of its history, if the previously limited activities within aristocracy would be realised within mass society. It is education, discipline of the thread of life, ability to learn, to turn to intellectual life, to reconsider and evaluate, to find the historically reasonable elements within the incisive historical collisions, within the people that have been critically oriented to each other, but at the same time also promoting solidarity”.

Due to the mentioned reason the education content of the prospective hospitality sector managers (HSM) should be oriented not only to the market demand, but also to the necessity to develop in the social and cultural environment according to personal ideals and culturally historical traditions of the time.

For a long period of time, mainly technological components of service and management process were emphasized within the study process of hospitality specialists as regards the development of professional skills and abilities necessary for servicing guests. The set of didactic methods in HSM education, applied in higher education establishments, which is based on the technological value orientation, resulted in a decrease of the level of the personal culture of hospitality managers. The predominance of the technical over the humane does not correspond to the requirements of the today’s hospitality sector. For the personality, profession implies a humane sense only when something higher and more valuable for the personality is revealed, and exactly one’s own individuality, one’s own unique “humane face” in the diverse and conflicting world of culture.

The today’s level of culture awareness conflicts with the rational, technological character of knowledge of the traditional model of education. The structure and content of education that is based on the knowledge paradigm does not correspond to the today’s culture. In the result, it cannot ensure the implementation of its mission – an adequate reflection and efficient transmission of human experience. The awareness of the role of culture as methods and results of human activity increases globally; social relations represent the influence of culture, and it is

manifested by completely new requirements set forward for the purposes, methods and content of education.

Obviously, under such circumstances it becomes important to analyse the essence of the development of the service culture, mechanisms and techniques of the prospective HSM, to study the peculiarities of the process dynamics, organization and implementation within the process of professional education. In this respect, application of resources and methods of HSM study process among others is one of the most topical problems of modern pedagogy. Simultaneously discussing the education theory and practice of the prospective managers in the field of hospitality, it is obvious that service culture education during the practice of professional activity is not always ensured in the necessary quality, as the organization, technological equipment, pedagogical approaches and didactic solutions are not sufficient enough in the higher education institutions of this profile. The aforementioned is also proofed by a SWOT analysis of the HSM professional education and analysis of study programs, performed by the author. Exactly due to this reason the problem of the development of service culture becomes a topical trend in the theory and practice of pedagogy within the process of professional education of managers.

Hereby service culture in the study process of HSM professional higher education is an open topic for a new theoretical understanding and new experimental research. The elaboration of a new didactic model of the development of service culture of the prospective HSM, will contribute to the expansion of the research area of the science of pedagogy and increase the level of service culture competence of students – the prospective HSM. The specific role and importance of the acquisition of the service culture competence of the prospective HSM becomes topical within the multicultural society, and the adaptation in it demands certain personality development.

The aforementioned also is the factor defining the topicality of this research – to elaborate, theoretically justify and experimentally test the didactic model for the development of service culture of the prospective HSM.

The topicality of the aforementioned problems was the reason for choosing the theme of the research: **Development of Service Culture of Prospective Hospitality Sector Managers within Studies at Higher Education Institution.**

Research object. Study process of hospitality sector managers at higher education institution.

Research subject. Development and assessment of service culture of the prospective hospitality sector managers.

The aim of the research. To justify and assesses the development of service culture of the prospective hospitality sector managers, applying the didactic model “Service Culture”.

Research hypothesis. Service culture of the prospective HSM within studies at higher education institution will develop, if:

- The didactic model for the development of service culture of HSM “Service Culture” will be used as a scientifically justified set of conceptual statements and didactic rules;
- Students – the prospective HSM will develop service culture competence as a criterion for service culture.

Tasks of the research

1. To analyse and assess scientific literature on personality development within different environment contexts, as well as on culturalization, socialization and professional development processes in the education environment at higher education institutions.
2. To justify the essence of service culture and its importance in the personality development process of the prospective HSM, elaborate the structure of service culture of hospitality sector managers, explain its components and aspects.
3. To theoretically justify the service culture competence of the prospective hospitality sector managers, elaborate its structure and criteria for assessing the level of development.
4. To justify and elaborate the didactic model for the service culture development of the prospective HSM and the technique for its implementation.
5. To elaborate the complex expert system “AHSC” for the diagnostics of the development of service culture competence of the prospective HSM.
6. To appraise, experimentally test the elaborated model in education practice at higher education institution and assess the possibilities how the model would promote increasing the level of service culture competence of HSM. To summarize, interpret, compare the experimental data and perform expert evaluation of the model.

Study methodological basis is formed by:

- Conceptual understanding of personality: J.Anspaks (2003), Л.Хьелл, Д.Зиглер (1997), А.Карова (1998), А.Н.Леонтьев (1983), А.Петровский (1981), А.Воробьев (1997), etc.;
- Theories of personality development: Д.И.Фельдштейн (1996), А.Леонтьев (1975), А.Петровский (1981), А.Воробьев (1997), Л.Выготский (1983), etc.;
- Philosophical statements as regards culture: E.Dirkeim (1956), G.Hofstede (2005), M.Rokeach (1968, 1973), В.Н.Сагатовский (1979), Н.Смелзер (1994), М.Шелер (1994), М.Вебер (1990), etc.;

- Understanding of personality culture: В.С.Библер (1997), М.М.Бахтин (1979), М.Бубер (1993), Р.Bourdieu, J.-С.Passeron (1979), И.Г.Гердер (1995), О.С.Газман (1989), Г.В.Ф.Гегель (1971), С.И.Гессен (1995), М.Рокеач (1968, 1973), В.Н.Сагатовский (1979), etc.;
- Conceptions of culturalization and socialization as understanding of the interaction between personality and environment: U.Bronfenbrenner (1979), E.Dirckheim (1956), H.Gudjons (1998), Э.Гидденс (1999), К.Hurrelmann (1991), I.Jurgena (2002), Ч.Кули (1994), А.Н.Леонтьев (1975), Дж.Мид (1994), А.Мудрик (2003), Т.Parsons (1951), Н.Смелзер (1994), J.A.Students (1998), Г.Зиммель (1996), etc.;
- Ideas of sociologists as regards development and improvement of the culture space of the multicultural society: В.Barry (2002), Ю.Хабермас (2001), I.M.Young (1990), Дж.Коэн (2003), В.Parekh (2006), С.Taylor (1994), М.Wieviorka (1998), etc.;
- Understanding of service culture: J.H.Gitomer (2004), А.Л.Кребер (2004), D.Meyer (2006), А.Невелев (2000), В.А.Сластенин (1994), E.Teflers (Telfer, 1996), Э.Шейн (2002), etc.;
- Understanding of competence as a multicomponent structure created by different integrated elements being manifested within certain activities when performing different tasks: R.Boyatzis (1982), В.Briede (2009), Т.Durand (1997), R.Garleja (2006), А.В.Хуторский (2003), V.Hutmacher (1997), S.B.Parry (1996), А.Rauhvargers (2004), Дж.Равен (2002), I.Tijja (2005), И.А.Зимняя (2003), etc.;
- Conception of humanism and education cohesion: Ш.А.Амонашвили (2001), I.Belickis (1995), М.М.Бахтин (1975, 1979, 1986), В.Библер (1997, 1991), Д.Дьюи (2000), Н.Gadamers (1999), J.A.Komenskis (1992), А.Н.Леонтьев (1975, 1983), А.Maslow (1954), А.К.Rogers (1990), А.Šrona (2001), Л.Выготский (1960, 1991, 1996), I.Žogla (2001), etc.;
- Dialogue as a precondition, resource and aim of personality self-development: М.М.Бахтин (1979, 1986), В.С.Библер (1991), М.Бубер (1993), N.Burbules (1993), Г.Я.Буш (1985), Н.Gadamers (1999), J.Habermas (1984a), etc.

Qualitative and quantitative research methods used in the experiment: L.Bielawski, R.Lewand (1991), А.П.Частиков (2003), В.С.Черепанов (1989), Д.Джарратано, Г.Райли (2007), А.Geske, А.Gr̄infelds (2006), G.Moskvins (2008), И.Н.Пустынникова (2001), etc.

Methods of data acquisition and mathematical processing: А.Бухнин (2001), И.И.Елисеева (2006), Дж.Хили (2005), А.Ю.Козлов (2003), А.Орлов (2002).

Research methods:

1. Theoretical methods:

- 1.1. Analysis of pedagogical, philosophical, psychological, sociological, hospitality related scientific literature and summarization and assessment of statements;
- 1.2. Analysis of lawful acts (documents of the Republic of Latvia and EU).
2. Empirical methods:
 - 2.1. SWOT analysis;
 - 2.2. Methods of data acquisition:
 - 2.2.1. Selective surveys of students, lecturers and employers;
 - 2.2.2. Diagnostics of the level of service culture competence development of students;
 - 2.3. Methods of data analysis:
 - 2.3.1. Qualitative: analysis of expert system, experimental testing of the model, expert analysis:
 - For the mathematical processing of data, computer software “Small Experts System” v 2.0 was used;
 - For the visualization of data, *Excel*, *Word* and *CorelDraw* computer software was used;
 - 2.3.2. Quantitative: correlation analysis - correlation coefficient calculations were performed applying the data analysis package of *MS Excel*;
 - 2.4. Expert evaluation of the didactic model.

Research base and respondents:

189 first year students of the study program “Tourism Business Manager” and the specialization “Hospitality Management” from:

1. Information Systems Management Institute (Latvia, Riga) – 124 students.
2. Klaipeda Business and Technology College (Lithuania, Klaipeda) – 22 students.
3. College of Hotel Management (Serbia, Belgrade) – 43 students.

Table 1

The Development Stages of the Thesis

Stages	Theoretical studies	Practical activities
Year 2003 – 2005. Analysis of the present situation, problem tracing, choice of the object, subject, theme of the research.		
Stage I	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analysis and assessment of the professional and academic education experience of the prospective HSM. 2. Adjustment of theme, formulation of the aim and tasks. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pedagogic activity (since 1986), including activity at higher education institution (since 1999) educating the prospective HSM. 2. Analysis of the content of the professional education of HSM.

Stages	Theoretical studies	Practical activities
Year 2005 – 2006. Formulation of hypothesis on the development of service culture of the prospective hospitality sector managers within studies at higher education institution.		
Stage 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Research on personality development within different environment contexts. 2. Research on the concept of „service culture”, justification if its structure in the context of hospitality. 3. Research on competence as a service culture development indicator of the prospective HSM. 4. Elaboration of criteria for assessing the level of the development of service culture competence of the prospective HSM. 5. Justification of personality-specific peculiarities of HSM within a multicultural society. 6. Justification of the development of service culture of the prospective HSM within studies at higher education institution. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboration of the author program “Service Culture”. 2. Elaboration of the didactic model “Service Culture”.
Year 2007 – 2009. Adjustment of the hypothesis.		
Stage 3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Assessment of literature on “How service culture education promotes students personality development”. 2. Assessment of literature on “How students understanding of service culture promotes their personality development”. 3. Assessment of literature on personality development and service culture competences. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planning of the pedagogical experiment. 2. Elaboration, adaptation and experimental testing of the set of instruments of pedagogical diagnostics (complex expert system “AHSC”). 3. Experimental research. 4. Correction of the set of instruments of pedagogical diagnostics (complex expert system “AHSC”). 5. Initial diagnostics of respondents. Measurement of the level of students service culture competence. 6. Approbation of the didactic model “Service Culture”. 7. Organization of experimental classes.

Stages	Theoretical studies	Practical activities
Year 2008 – 2009. Adjustment of concepts used in the work, repeated testing of the hypothesis.		
Stage 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Summarization, interpretation and comparison of theoretical and experimental data. 2. Preparation of publications and participation in international conferences. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Final respondent diagnostics. 2. Analysis of the results of the pedagogic experiment. Research on the dynamics of the development of the service culture competence of the prospective HSM. 3. Statistical processing of the experimental data. 4. Expert evaluation of the didactic model “Service Culture”. 5. Drawing conclusions. 6. Formatting of the promotion work.

Source: author’s elaboration

Theoretical novelty and significance of the research

1. Justified HSM service culture as a systematic characterization of personality of a specialist, comprising the humane and technological components and the ethical, aesthetical, organizational and psychological aspects.
2. Justified HSM service culture competence as an integral set of personality qualities of HSM; elaborated criteria for assessing the level of individual, cross-cultural and professional service culture competence development.
3. Elaborated, experimentally approbated, introduced and assessed didactic model for the development of service culture of HSM “Service Culture”. To summarize, interpret, compare the experimental data and perform expert evaluation of the model.

Practical significance of the research

1. Elaborated author program for the study course “Service Culture”, including service culture aspects (ethical, aesthetical, psychological, organizational) and competence assessment criteria.
2. Prepared methodical materials promoting the development of service culture of HSM within studies at higher education institution (teaching aids and books: *A textbook for distance learning “Catering Service I”* (Mācību grāmata tālmācībai “Ēdināšanas serviss I”); *A textbook for distance learning “Catering Service II”* (Mācību grāmata tālmācībai “Ēdināšanas serviss II”); *“Restaurant Business – from Idea to Reality”* (“Restorānu bizness - no idejas

līdz realitātei”); “Cocktail Book 50MIX&FIX” (“Kokteiļu grāmata 50MIX&FIX”); “Bar: Drinks, Cocktails, Service” (“Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana”).

3. Elaborated complex expert system “AHSC” for the diagnostics of the development of service culture competence of students – the prospective HSM.

Limitation of the research

The promotion paper *Development of Service Culture of Prospective Hospitality Sector Managers within Studies at Higher Education Institution* is elaborated in pedagogy, sub-discipline of university pedagogy.

Personality development is studied in the promotion work, assessing scientific literature starting from the year 1957. The author has elaborated the didactic model for the development of service culture for the prospective HSM “Service Culture” on the basis of personal experience working at the Information Systems Management Institute since 1999 and on the basis of assessment of professional scientific literature starting from the year 1979.

The experimental research is related to the study course “Service Culture”. The experimental research was performed in three higher education institutions: Information Systems Management Institute (Latvia), Klaipeda Business and Technology College (Lithuania), College of Hotel Management (Serbia). 189 first year students with “Service Culture” as the obligatory study course from the study program “Tourism Business Manager and study program of “Hospitality Management” specialization from all three higher education institutions participated in the research.

The didactic model “Service Culture” is elaborated as an original set of organizational didactic rules, which primary ensures development of service culture competence of HSM as comprehensively as possible, including the components suggested by the author (humane and technological) within four aspects: ethical, aesthetical, organizational, psychological.

The diagnostics of the development of service culture competence of the prospective HSM was ensured using the complex expert system “AHSC”.

Theses to be defended

1. **Service culture of HSM** as a component of the development of personality culture of HSM **comprises the ethical, aesthetical, organizational and psychological aspects** in three different levels of its competence, **ensuring a balance between humane and technological culture.**
2. **The didactic model** for the development of service culture of HSM “**Service Culture**” as a scientifically justified set of conceptual statements (using approach of humanism, approach of competences and culturological approach) and didactic rules **ensures development of service culture competence of the prospective HSM.**

- 3. The assessment criteria and levels of the development of service culture competence** which are elaborated within the promotion work and included in the **expert system complex (“AHSC”)**, elaborated by the author, as well as which comprise the ethical, aesthetical, organizational and psychological aspects of service culture of the prospective HSM, **can be used for diagnostics of the level of development of service culture competence.**

The Content of the Promotion Thesis

Part 1 “Personality Development in Different Environment Contexts”

discusses the issue of personality, its development within the interaction of cultural, social, professional and higher education institution environments.

Personality development of the prospective hospitality sector managers (HSM) depends on processes of culturalization, socialization and professional development in higher education institution are the essence and sense of service culture education, as well as determine the value orientation of the whole education process. “Modern education as a component of the process of creating a new world society is at the centre of personality development problems, its knowledge and abilities to act. The following processes become the priority aims of higher education: comprehensive and, firstly, spiritual personality development, acquisition of knowledge, socialization with its leading role in developing communication skills, exchanging opinions and comparing of positions, being aware of and accepting differences, acquiring the principle of “living together” in society, as education moulds not a human as such, but a human within specific society and for this society” (Манхейм, 1994). The author completely agrees with such position of personality development and considers it a successful result of today’s education.

Personality development of every student is influenced by the environment. The nature of human communication, type of conduct, human actions, the active relation of behaviour, internal relation to the surroundings help develop human personality characterized by a set of unique personal qualities determining the conduct, attitude and being expressed as an active, conscious life activity (Vorobjovs, 1996). The human adapts to the environment, and develops different attitudes. As R.L.Hon (Хон, 2005) considers, different environments influence also the learning results. Students personality develops within the interaction of cultural, social, professional activity and higher education institution environments.

Chapter 1.1. “Justification of Personality Concept within Cultural History” analyses the concept “personality”.

Studying of personality implies not only studying of separate individual qualities, human psychological processes and situation, but also studying of the place and positions of a human within the system of public relations, finding on behalf of what and how a human uses the inherited and acquired abilities: J.Anspaks (2003), Л.Хьелл, Д.Зиглер (1997), А.Карпова (1998), А.Н.Леонтьев (1983, 1975), А.В.Петровский (1981), I.Sarnoff, P.Zimbardo (1961), А.Воробьев (1997), etc.

The most significant approach to be applied in personality development of HSM is historical approach of culture: Л.С.Выготский (1983), Д.И.Фельдштейн (1996), А.Н.Леонтьев (1975), А.В.Петровский (1982), Г.Терборн (1999). The central category of analysis, which allows understanding personality, is category "activity". Exactly within activity, a human creates subjects of spiritual and material culture, transforms abilities, preserves and improves nature, develops society, develops everything that would not exist without activity. Human sense and needs, as well as human personality develops, and public relations are formed by means of which an individual involves in the process of their own activity. This theory serves as a basis for the organization of personality development and self-development, which, in turn, is based on the fact that all significant human forces develop, and knowledge and experience is gained within a process of purposefully organized activity.

Personality development is understood as successive, natural quality changes in the life, social and spiritual processes which determine acquisition of such qualities that characterize an individual as a personality. Personality is interpreted within society as a subject. Exactly being a subject, an individual becomes a personality by means of communication, cognition and creative activity.

Chapter 1.2. "Manifestation of Personality Culture within Society" discusses the concepts "culture" and "personality culture".

Analysis of works describing the problem of culture: В.Дильтей (1987), E.Durkheim (1956), М.Фуко (1994), Н.Gadamers (1999), Г.Гегель (1993), И.Г.Гердер (1995), В.Гумбольдт (1985), Е.Гидденс (1999), К.Гирц (1997), К.Ясперс (1991), О.Конт (1996), И.Кант (2005), К.Леви-Строс (2001), Т.Парсонс (2002), Ž.P.Sartre (1946), Н.Смелзер (1994), Е.Тайлор (1989), А.Тойнби (1991), Ф.Теннис (2002), Ф.Шеллинг (1989), О.Шпенглер (1998), М.Вебер (1990), Г.Зиммель (1996) testifies to the fact that the concept "culture" is used to describe social and personal creative forces, perception of the world, knowledge, skills and attitudes, intellectual, ethical and aesthetical growth which is expressed as material and spiritual values, system of social norms and institutions, set of human attitudes towards the nature, relationship with others and attitudes towards themselves, as well as expressed as types and forms of interaction, conduct and activity in the specific fields of social life.

Value according to С.Анисимов (1985, 1988), В.Франкл (1990), С.И.Гессен (1995), Г.Гегель (1993), А.Карповас (1994), М.Рокеач (1968, 1973), В.Сагаатовский (1979), М.Шелер (1994), М.Вебер (1990) is a concept testifying to cultural, social or personal significance of reality facts and phenomena. The diversity of the world can be discussed as the "subject value". Subject of human material and spiritual activity, public relations and the related phenomena which are considered positive within a human life and which can satisfy the diverse human needs can be described as such values.

Values are the basis of individual culture of personality, as they form the spiritual ethical background of personality and emphasize its uniqueness. The core of personality culture is formed by subjective qualities which determine the degree of

spirituality, freedom, responsibility, humanism: R.Alijevs (2005), И.Г.Гердер (1995), Г.Гегель (1971), С.И.Гессен (1995), А.Šveicers (1991), *Песталоцци* (1998), В.Франкл (1990).

Several scientists: P.Bourdieu, J.C.Passeron (1979), И.Г.Фихте (1993), Г.Гегель (1990), И.Кант (2005), Ф.Шеллинг (1989), Г.Зиммель (1996) interpret personality not only as a product of social circumstances, but also as an active social subject which generates these social circumstances. Personality can become an active follower of the social influence and implement the function of transformation of the social circumstances due to the directly acquired social norms, values, ideas and skills, i.e., due to everything that develops personality culture. Personality culture can be discussed as an individually acquired social culture of a personality.

Human is a unique world of culture, which interacts with the cultures of other personalities, develops themselves within this process of interaction and influences others. Awareness of one's own "ego" arises in communication with others, therefore a dialogue is vitally necessary for the development of personality culture. Only within dialogue, personality is personality, and personality can be adequately perceived: М.М.Бахтин (1979), В.С.Библер (1997), М.Бубер (1993), Ж.Хабермас (1984а).

Presence of culture is impossible without creativity. Creative activity is a necessary circumstance which ensures that the subject becomes a part of culture, as well as ensures the activation of the results of human internal activity: Ш.А.Амонашвили (2001), Ж.П.Сартр (1946). New values and new culture develop in the result of versatile human creative activity.

Personality culture comprises the most significant personality characteristics, as well as education: Н.Гадмер (1999), Г.Гегель (1990). Personality culture is a precondition and the result of education of an individual, and an individual acquires the common human culture and experience, as well as, on the other hand, a human can develop and improve it by means of education.

It can be concluded that personality culture can be discussed as an individually acquired social culture formed by values, knowledge, skills and attitudes, and it is expressed in the form of dialogue and creative activity.

Chapter 1.3. "Culturalization as an Interaction of Personality and Cultural Environment" discusses the issue of the importance of personality culturalization within a modern higher education institution, which becomes apparent as enriching of personality subjective experience with cultural values and human heritage in general, comprehensive acquisition of culture and development of competence for the world of culture of students.

Culturalization is understood as ingrowth into culture, as learning of culture (Jurgena, 2002). Within the process of culturalization, a human learns to develop themselves and is able to act on the basis of it. Learning and education С.Френе (1990), Н.Гуджонс (1998), Ж.А.Студентс (1998), И.Жогла (2001) promotes development and culturalization. Culture is created, enhanced and developed by humans, but it is possible as regards humans only if they have been educated to be humans.

Development is ensured on the basis of acquisition of knowledge, as well as of acquisition of human relationship culture, types of activity and common human values. The effect of development, in turn, ensures preconditions for acquisition of fundamental knowledge and types of activity, integration of the personality in the cultural context. It requires purposeful organization of the study and education process.

Chapter 1.4. “Personality Development within Social Environment” describes the personality development process of students as regards the influence of the social environment, which is identified as the socialization process. Socialization is a process by the help of which an individual acquires norms of their group in a certain way, so that through development of personal ego the unique nature of this particular individual or personality is expressed.

Different approaches emphasize the various sides of such an integrative concept as “socialization”.

Socialization is described as a transfer of culture between generations, as a general mechanism of social heritage, comprising the influence of both social and education environment: U.Bronfenbrenner (1979), P.A.Morris (1998), E.Durkheim (1956), L.Kohlberg (1981), А.Мудрик (2003), J.Rotter (1982).

Socialization provides for personal interaction, communication without which personality development and strengthening of the perception of the world is impossible: А.Бандура (2000), U.Bronfenbrenner (1979), Э.Гидденс (1999), K.Hurrelmann (1988), А.Мудрик (2003), Ж.Пиаже (1994), Л.Выготский (1996).

Socialization reflects the circumstances, in which personality has acquired social norms, values, principles, stereotypes: K.Hurrelmann (1991), Н.Смелзер (1994), М.Пјавнице, D.Škuškovnika (2002), А.Špona (2001).

Socialization promotes self-actualization and self-education of a creative personality: Д.Фельдштейн (1994), Ч.Кули (1994), Дж.Мид (1994), А.Мудрик (2003).

Socialization is interpreted as harmonic integration of an individual into the social environment, acquisition of social value system which allows successful functioning of the individuals as of members of this particular society.

Chapter 1.5. “Professional Development of Personality” discusses development of student as of personality and of activity subject.

Professional development is a process in which an individual acquires the professional culture of the society, integrates into the professional system by the help of acquiring professional values, traditions and norms of professional conduct. Professional knowledge, skills and attitudes form the professional potential of the personality. Transformation and change of types of implementation are observed during the professional activity depending on the self-confidence development dynamics that promotes personality development.

Personality professional development is a result of active interaction of personality and the professional environment. J.Povarenkov (Поваренков, 2002) considers individual (subjective) and social (objective) factor convergence to be a

system forming factor of personality professional development. Conflicts constantly arise between the requirements for activity and development level of education of certain people, as well as the professionally oriented structures of the psyche within the process of acquiring certain activity, when subjects are assigned new tasks, in professional situations and in nonstandard circumstances. These conflicts are the major driving force of the professional activity development of the subject. The subject, within certain activities, creative independent activity, can not only be identified and expressed, but also arise and develop: I.Jurgena (2002), A.В.Петровский (1981), С.Л.Рубинштейн (2002), И.Зимняя (1997).

Student as a prospective professional at higher education institution develops within different environments:

- Professional development during studies, as in the education environment of the higher education institution of a HSM specialist, when the student cooperates with other subjects of the professional education process (lecturers, larger or smaller groups of course mates);
- Professional development during practice within the professional activity environment – in enterprises, when the student as the prospective specialist interacts with colleagues, guests;
- Professional development within the social environment, in communication with other persons as an extracurricular activity (course mates and students of the higher education institution);
- Professional development within the cultural environment, in communication with representatives of the multicultural society.

Implementation of the basic function of culturalization, socialization, professional and personality culture development forms the essence and sense of HSM education, as well as determines the value orientation of the whole education process.

Chapter 1.6. “Justification of Specific Personality Peculiarities of Hospitality Sector Manager within Multicultural Society” describes multicultural society as an environment for personal professional activity and effect of it on the personality development of a hospitality sector manager.

Interacting within a multicultural society, people face the diversity of the surrounding cultural environment, different system of ethnic values, which frequently aggravate the adaptation problem and sometimes causes transformation of the human ethnic identity. For the development and improvement of cultural environment of a multicultural society, it is necessary to implement a twofold task: firstly, preservation and development of the uniqueness (cultural identity) of the culture of ethnic groups; secondly, the development of the single cultural space necessary for the integration of the whole of society: B.Barry (2002), N.Glazer (1998), J.Habermas (1994), I.M.Young (1990), V.Kymlicka (1995), B.Parekh (2006), C.Taylor (1994), R.Todd (1994), M.Wieviorka (1998).

The today's science involves persistent discussion about kinds of organization of society typical of a wide spectrum of cultural differences. According to J.Habermas

(Хабермас, 2001), the society of modernism, as well as multicultural society is typical of harmonic proportion as regards common values and differences.

Multicultural society should be integrated on the basis of equal coexistence of nations, their language and culture, in the result society will become indeed a multicultural society preserving the diversity of cultural traditions.

It is impossible to solve this problem without a new type of managers challenge of which realization of their own professional activity within circumstances of a multicultural society would be, without managers with knowledge about other cultures, communication, ethical and legal norms within a multicultural environment, as well as without managers possessing tolerance, ability to realize a multicultural dialogue and managers aware of peculiarities of different cultures and generally accepted humane values.

In part 2 “Service Culture of Hospitality Sector Managers”, hospitality is described as a field of professional activity, as well as the nature of hospitality is defined. The nature, structure of service culture is reflected and components and aspects, as well as its importance in the process of personality development of the prospective HSM as regards professional activity are explained. Approaches in pedagogy and management are analysed, determining the concept and structure of competence. The structure and content of the service culture (SC) competence of the prospective HSM is elaborated. The elaborated criteria allow determining the level of development of the service culture competence of the prospective HSM.

Chapter 2.1. “Hospitality as a Field of Professional Activity” characterizes hospitality as a field of service (Walker, 2008) that includes accommodation, catering and offers transportation services and recreation.

Providing quality hospitality services in the hospitality sector (Kotler, Bowen, Makens, 2002), the main attention is paid to service culture. Within the competition, first in the consumer service market come the enterprises with ensured all necessary preconditions for high level service culture. The major task of HSM is to provide quality services to everybody, ensuring a holiday feeling to the guests, and treat them as he/she would wish to be treated themselves.

Chapter 2.2. “Hospitality as Phenomenon of Cultural History” explains the concept “hospitality” as a concept of fundamental culture possessing its own national peculiarities and nuances. Despite the versatile character, hospitality implies sincere welcoming and provision of peaceful, pleasant and friendly atmosphere. The principles of hospitality have developed within several centuries. Hospitality represents a kaleidoscope of culture of different nations within which each of the nations has contributed to the improvement of this sector. It should be noted “that it is difficult to provide a complete and precise definition of hospitality, but every of us would at once notice any of its drawbacks” (Браймер, 1995). Care for the guests is always an underlying factor of the concept “hospitality”: P.A.Браймер (1995), P.Kotler, J.T.Bowen, J.C.Makens (2002), M.Platace (2000), J.Walker (2008), J.II.Воронкова (2004), and it is clearly reflected in the history of the hospitality sector. The concept of hospitality is based on a set of ways of servicing people.

Chapter 2.3. “Concept of Service Culture” is devoted to studying the concept “service culture”.

Service culture is determined by the policy of the particular hospitality sector enterprise. In this respect, service culture can be described as organizational culture which stands for servicing guests on the bases of certain developed rules, procedures, practical skills and abilities: C.Michon, P.Stern (1985), G.Morgan (1986), A.M.Pettigrew (1979), Э.Шейн (2002).

The concept of service culture implies both spiritual and material side of life of the society, as well as socially typical and individual manifestations of human personality. It is a combination consisting of technological servicing and hospitality within the process of dialogue between the guest and hospitality manager (Meyer, 2006). The specificity of hospitality sector service culture in a multicultural society involves the meeting of subjects of the servicing process with guests, representatives of different cultures, face to face. Service culture in a multicultural society can be defined as an emotional interaction with guests of different nations. It is based on the understanding of the needs and wishes of the guests (Meyer, 2006). In most cases provision of services and consumption is ensured by means of direct contact between the servicing personnel and the guests. Due to this reason service culture of the hospitality sector contains potential of the social, psychological and spiritual origin. Largely hospitality depends upon the spiritual development if compared to servicing skills (Telfer, 1996). Success in servicing is largely dependent on the relationships between the manager and the guest, formed during the process of provision of services. Aim of service culture in the XXIst century is not only excellent servicing but also understanding of guests, being able to provide service in the way they prefer, surprising the guests and obtaining their confidence (Gitomer, 2004).

Service culture is a relatively independent part of culture, which represents the character of relationships between the hospitality sector employees and the guests, representatives of the multicultural society during the process of developing and adopting material and spiritual values.

Chapter 2.4. “Structure of Service Culture of Hospitality Sector Managers” elaborates structure of SC of HSM.

The structure of service culture comprises two components: technological and humane. The first component characterizes kinds of interaction of the subject with the object of the work and the instruments, as well as the degree of their readiness to perform certain kind of activity. It consists of a set of knowledge and skills, methods and techniques, theoretical principles and empirical procedures, which develop the destructive style of thinking and foster acquisition of veritable information about the object. Technique is a product of the development of service culture. Simultaneously, techniques is also the basis of further development of culture, as well as a necessary precondition for the improvement of service culture: L.Hickman (2001), В.Невелев (2000).

The second component is an integral characterization of the sense and self-confidence, ethical considerations of activity and aesthetical preconditions of the

subject of professional culture. Professional sense is such a reflection of reality which accumulates the set of algorithms, norms, values and language, typical for a professional activity. The humane component is oriented towards internal development of the subject, development of humane values, improvement of human relationships and humanism of the whole social environment. The humane component defines the attitude of HSM and society in general towards a system of certain values in hospitality sector instead of separate values as something objective: Г.Гайсина (2000), Л.Коган (1981), В.Сластенин (1994).

On the basis of cultural diversity: L.Spilman (2007), А.Кребер (2004), the author differentiates between such aspects of service culture: ethical, aesthetical, psychological, organizational. Such gradation corresponds to the aim of the research and tasks, and it can be characterised is several dimensions:

- Service culture is a form of interpersonal interaction between personnel and clients, and is determined by moral and ethical norms (the ethical aspect);
- Under the conditions of a multicultural society service culture is a form of adopting and expressing specific national cultural norms and values, being aesthetically reflected both in activities and objects (the aesthetical aspect);
- Service culture is a form of psychologically individual communication between personnel and guests (the psychological aspect);
- Service culture is a set of organizational methods, techniques and behaviour practice of the personnel (the organizational aspect).

The content of SC of HSM comprises the following aspects: ethical, aesthetical, psychological, organizational aspects reflect a complicated structure of HSM personality development in different levels of its competence (see Figure 1).

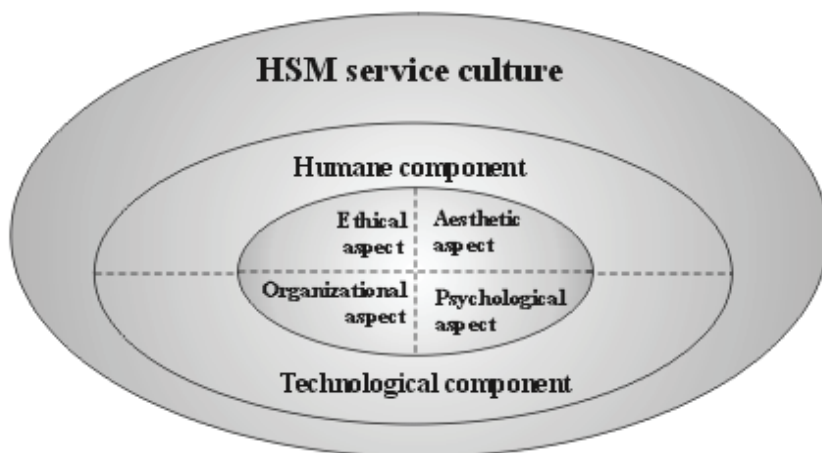


Figure 1. Structure of Service Culture of Hospitality Sector Managers

Source: author's elaboration

SC of HSM is a system characterization of the personality of the specialist, comprising the humane and technological components and ethical, aesthetical, psychological and organizational aspects.

The elaborated structure of SC of HSM serves as a conceptual basis for the elaboration of the didactic model for the development of service culture “Service Culture” by means of modelling the process of development of SC of HSM.

Chapter 2.5. “Competences as a Criterion for Service Culture Development of Hospitality Sector Managers” describes the problems of defining the concept “competence” in management and pedagogy, determines the most important kinds and components of competence.

The concept “competence” has originated in the field of management: D.K.McClelland (1973), W.Hutmacher (1997b), L.H.Salganik, D.S.Rychen, U.Moser, J.W.Konstant (1999), R.J.Mirabile (1997), T.Durand (1997), S.B.Parry (1996), but has developed exactly in pedagogy: R.Laužackas (1999), I.Maslo, I.Tiĭlla (2005), E.Maslo (2003), Ж.Делор (1996), А.В.Хуторский (2003), Дж.Равен (2002). Analysing different approaches and judgements regarding the particular concept, the following typical peculiarities of competence can be named:

- Competence is not equal with the level of education of an individual;
- A competent individual possesses personal qualities which ensure an opportunity to behave independently and responsibly;
- Judgments about a competent individual are made on the basis of the assessment and measuring of the final result of a particular behaviour;
- A competence characterisation is a characterization of a particular individual and is manifested in the results of their behaviour;
- Competence is obtained within the process of education, and should be interpreted in relation to attitude (values, motivation);
- Competence is actively expressed in activity and behaviour of individuals.

On the basis of the performed analytical research on the structure of competence: H.Gudjons (1998), V.Hutmacher (1997a), D.Bartram, I.T.Robertson, M.Callinen (2002), R.Kurz, D.Bartram (2002), R.Boyatzis (1982), B.Mansefield (2004), D.N.Wilson (2001), И.А.Зимняя (2003), R.Garleja (2006), А.Номіча (2009), А.Rauhvargers (2004), *Tuning Educational Structure in Europe* (2004), G.Cheetham, G.Chivers (1998), B.Briede (2009), mentioned by different authors of the world in researches on this issue, kinds of competence were defined.

SC of HSM is a system characterization of a specialist’s personality, comprising the individual, cross-cultural and professional competence (see Figure 2).

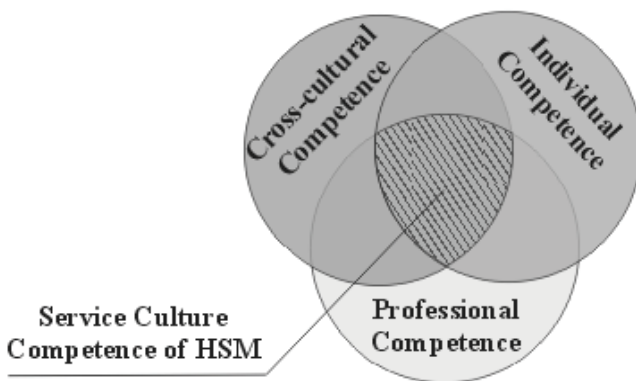


Figure 2. **Service Culture Competence of Hospitality Sector Managers**

Source: author's elaboration

In the result of comparative analysis of similar components of competence in management: J.P.Campbell (1990), S.B.Parry (1996), K.Keen (1992), R.J.Mirabile (1997) and pedagogy: И.А.Зимняя (2004), V.Hutmacher (1997), A.Rauhvargers (2004), J.A.Keller, F.Novak (1993), F.Hartle (1995), A.Homičas (2009), the author has identified the most important components of competence. Competence is a multicomponent structure, comprising knowledge, skills and attitudes, which ensure implementation of highly professional activity and personality development of the specialist.

Chapter 2.6. "Empirical Research on Service Culture Competence of Hospitality Sector Managers" describes the author's study on SC competence of HSM.

The author has performed a research on the structure of SC competence of HSM by means of a survey as one of methods for determination of competences. The major aim of the survey: to identify the topical issues of employers, graduates from higher education institutions and academic personnel positions as regards competences. The results of the survey of hospitality sector employers, graduate students and lecturers revealed the viewpoint of the respondents as regards the structure of the modern SC competence of HSM, defined competences topical in the today's labour market and indicated the most important components SC competences of HSM.

A structure of SC competence of HSM, elaborated by the author, was proposed (see Figure 3), which is a whole complex and characterises the behaviour of a manager performing professional activity.

Service Culture Competence of Hospitality Sector Managers



Individual Competence	Cross-cultural Competence	Professional Competence
<p>To be aware of one's own possibilities as an individual</p> <p>To develop one's own psychological resistance of personality</p> <p>To be able to solve problematic situations</p> <p>To be able to realize the principles of communication</p>	<p>To apply knowledge and skills in communication with guests</p> <p>To be aware of and apply norms of professional ethics and behaviour when communicating with guests</p> <p>To be aware of and apply international norms of politeness</p> <p>To be aware of and apply speech culture of different nations</p> <p>To be aware of and apply the generally accepted cultural norms of one's own nation and other nations</p> <p>To be able to apply verbal and nonverbal means of communication specific for particular cultures</p> <p>To be tolerant in a multicultural environment</p> <p>To be aware of and apply the norms of protocol and etiquette</p> <p>To be aware of and apply the international ethical standards when servicing guests</p>	<p>To acquire professional technological methods of servicing</p> <p>To be aware of and apply the standards of hospitality</p> <p>Initiative, responsibility and team work</p> <p>Discipline and preparedness for work</p> <p>To improve professional mastership in the ethical meaning</p> <p>To be aware of and consider the organizational and professional ethical norms</p> <p>To be aware of and apply the aesthetical values when servicing guests</p> <p>To be aware of and apply the norms of production and professional etiquette</p> <p>To be aware of the technological documentation of the enterprise</p> <p>To be able to motivate guests</p> <p>To be aware of and foresee the development of services</p> <p>To be aware of and apply the professional ethical norms of personnel</p> <p>To be aware of and apply the techniques of selling and advertising services</p> <p>To be able to organize the work place of the personnel</p> <p>To be aware of the operational planning of the organization</p>

Figure 3. Structure of Service Culture Competence of Hospitality Sector Managers

Source: author's elaboration

SC competence of HSM:

- Comprises a complex of attitude of HSM towards their professional activity and professional assignments; professional values of specialists and professionally personal value orientations;
- Is expressed as readiness to consider professional norms, apply different techniques in ensuring quality of professional activity, etc.;
- Reflects communication skills within a multicultural society, adequate interpersonal perception and interaction, ability to foresee and avoid conflicts, etc.

Service culture competence of hospitality sector managers is an integral set of personal qualities of HSM, to characterize the quality of which criteria of individual, cross-cultural and professional service culture competences are used.

SC competence of HSM reflects the degree of professional development of hospitality sector specialists in all kinds of activity as regards servicing guests, it fosters efficient interaction with the internal professional environment and external socially informative environment of the society due to knowledge, skills and attitudes necessary for defining and implementing professional assignments.

Chapter 2.7. “Criteria for Assessing the Level of the Development of Service Culture Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers” describes and justifies the introduction of the criteria and indicators into the aim, content and results of the study course “Service Culture”.

The author discusses the levels of the development of the HSM competence according to the degree of acquisition of the ethical, aesthetical organizational and psychological aspects of the service culture. The author recommends that the SC competence of the prospective HSM should be used as service culture criterion in several aspects.

The ethical aspect of service culture competence reflects the level of knowledge, moral principles and ethical skills manifested in professional activity of HSM. The ethical grounds of service culture are based on such general viewpoints and ethical values which determine the professional behaviour of HSM and govern relationships with guests. The ethics of service culture is manifested as an active application of moral and ethical values in interaction between HSM and guests. The ethical principles indicate that HSM should adapt such forms of communication with guests which are considered preferable and acceptable in the society, which are stimulated by means of modern service and thus ease the servicing process and make it more pleasant and valuable for the both parties involved. The ethical aspect of HSM is not only a part of spiritual culture, but also the basis of professional culture. The breakdown of criteria of the ethical aspect of SC competence of the prospective HSM according to groups of different levels is reflected in Table 2. The ethical aspect of service culture is expressed as the ability to perceive, outlive, correctly assess aesthetical qualities in reality; help understand and adore art, feel an organic necessity for it; develop abilities, skills for creating beauty, new values.

Table 2

**Criteria for Assessing the Level of Development of Service Culture
Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers
within the Ethical Aspect**

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Ethical Aspect	1) Acquired knowledge on ethical norms, social values and communication rules;	1) Fragmented knowledge as regards ethical norms, social values and communication rules;	1) Lack of ethical norms, social values and communication rules;
	2) Developed understanding about professional duty and reputation;	2) General understanding about professional duty and reputation;	2) Lack of understanding about professional duty and reputation;
	3) Struggling for development of interrelationship on the basis of principles of goodwill, honesty and decency;	3) Recognition of goodwill, honesty and decency in development of interrelationship;	3) Interrelationship where rudeness, inattentiveness, dishonesty, adulation dominates;
Ethical Aspect	4) Manifestation of attention, interest and respect to representatives of different cultures;	4) Fragmented manifestation of attention, interest and respect to representatives of different cultures;	4) Inattentiveness and disrespect in relation to representatives of different cultures;
	5) Acquired skills for welcoming differently peculiar guests of their own originality, to recognize their individuality, to respect their belief, viewpoints and opinions.	5) Insufficient skills for welcoming differently peculiar guests of their own originality, to recognize their individuality, to respect their belief, viewpoints and opinions.	5) Unwillingness to welcome guests which are different with their own originality, disregard of their individuality, disrespect of their belief, viewpoints and opinions.

Source: author's elaboration

Development of the **aesthetical aspect** of service culture competence of students is realised under the conditions of common aesthetical education system on the basis of principles of harmony, simplicity and beauty. As regards priority orientations of education, attraction to cultural values and achievements, spirituality, national originality, perception of beauty and harmony education should be mentioned. “The structure of aesthetical education consists of three interrelated aspects – development of ability to perceive, outlive, correctly assess aesthetical qualities in reality; help understand and adore art, feel an organic necessity for it; develop abilities, skills for creating beauty, new values” (Zeile, 1980).

The breakdown of criteria of the **aesthetical aspect** of SC competence of the prospective HSM according to groups of different levels is reflected in Table 3.

Table 3

**Criteria for Assessing of the Level of Development of Service Culture
Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers
within the Aesthetical Aspect**

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Aesthetical Aspect	1) Ability to apply aesthetical values in the process of servicing guests;	1) Insufficient ability to apply aesthetical values in the process of servicing guests;	1) Lack of ability to apply aesthetical values in the process of servicing guests;
	2) Comprehensive awareness, consideration and understanding of the most important rules of etiquette;	2) Awareness and of the most important rules of etiquette;	2) Lack of consideration of the most important rules of etiquette;
	3) High level of knowledge and consideration of norms of protocol;	3) Average level of knowledge and consideration of norms of protocol;	3) Low level of knowledge and consideration of norms of protocol;
	4) Ability to create good outer image, considering ones age and individual peculiarities;	4) Insufficient ability to create good outer image, considering ones age and individual peculiarities;	4) Disability to create good outer image, considering ones age and individual peculiarities;

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Aesthetical Aspect	5) Clear, precise, expressive, polite and discreet speech;	5) Insufficient ability to provide guests with information clearly, expressively and logically;	5) Frequent usage of fillers and parenthesis, lack of ability to speak expressively and comprehensibly;
	6) Ability to treat representatives of other cultures naturally, discreetly and respectfully.	6) Ability to treat representatives of other cultures discreetly and respectfully.	6) Tactless treatment of representatives of other cultures.

Source: author's elaboration

The organizational aspect of service culture competence is a complicated concept comprising: “recognition of one’s own role in the organization; communication system and language of correspondence; image, dress code, self-representation at work; eating habits, customs and traditions in this respect; time consideration, attitude towards it and its usage; human interrelationships, values and norms, belief to something and kind attitude towards something; the process of the development and learning of the employee; work ethics and motivation (Виханский, Наумов, 1996). Much attention is paid to the acquisition of servicing techniques which provide for and ensure personality self-development and the prospective independent activity.

The organizational aspect of service culture competence reflects culture which provides for guest servicing on the basis of rules, techniques, practical skills and abilities.

The breakdown of criteria of the **organizational aspect** of SC competence of the prospective HSM according to groups of different levels is reflected in Table 4.

For modern HSM, understanding of the professional environment socially psychological processes with communication in centre of them is also of importance. Communication, in turn, is based on the perception, feelings, emotions of the involved parties – i.e., psychological processes. Therefore the **psychological aspect** of service culture is also of importance. Every HSM should be psychologically prepared. The most important psychological requirements are communicability, listening and hearing skills, speech skills, memory and ability to maintain attentiveness, etc. The interrelationship of SHM and guests during servicing can be described as bilateral process where the behaviour or the employee is determined by the needs and requirements of the guests. Awareness of the basic principles of communication psychology help employees ensure a successful dialogue with the guests.

Table 4

**Criteria for Assessing of the Level of Development of Service Culture
Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers
within the Organizational Aspect**

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Organizational Aspect	1) Advised determination of aims, tasks and values of professional development;	1) Willingness to improve activity by means of systematic work;	1) Lack of awareness of the necessity to professional development;
	2) High level of knowledge about servicing standards in hospitality enterprises;	2) Low level of knowledge about servicing standards in hospitality enterprises;	2) Low level of knowledge about servicing standards in hospitality enterprises;
	3) Acquired skills necessary for preparation of the normatively technological documentation of hospitality enterprises;	3) Partly acquired skills necessary for preparation of the normatively technological documentation of hospitality enterprises;	3) Lack of skills necessary for preparation of the normatively technological documentation of hospitality enterprises;
	4) Acquired skills for organizing work correctly on the basis of science, technological achievements and progressive experience;	4) Partial skills for organizing work correctly on the basis of science, technological achievements and progressive experience;	4) Lack of skills for organizing work correctly on the basis of science, technological achievements and progressive experience;
	5) Acquired servicing techniques of the hospitality sector;	5) Insufficiently acquired servicing techniques of the hospitality sector;	5) Servicing techniques of the hospitality sector not acquired;

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Organizational Aspect	6) Willingness to acquire new tendencies of hospitality enterprise development and forms of progressive servicing;	6) Fragmentary study of tendencies of hospitality enterprise development and acquisition of forms of progressive servicing;	6) Lack of interest as regards study of tendencies of hospitality enterprise development and acquisition of forms of progressive servicing;
	7) Good selling and service providing skills;	7) Insufficient selling and service providing skills;	7) Lack of selling and service providing skills;
	8) Interest towards work.	8) Insufficient interest towards work.	8) Passivity and carelessness towards work.

Source: author's elaboration

The basic indicators of competences of psychological culture of students are emotional self-assessment, assessment of other people, assessment of the world; positive struggle related to self-determination (self-diagnostics, self-regulation, self-realization); harmony as regards one's own personal qualities, behaviour, communication, value scale (Колмогорова, 2002, 40).

Knowledge in hospitality psychology ensures the employees with the opportunity to:

- Study their own internal world in order to be able to regulate their own behaviour advisedly;
- Understand the behaviour of guests in order to choose the most appropriate way of servicing;
- Understand the behaviour of colleagues in order to help and support, if necessary.

The breakdown of criteria of the **psychological aspect** of SC competence of the prospective HSM according to groups of different levels is reflected in Table 5.

Table 5

**Criteria for Assessing of the Level of Development of Service Culture
Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers
within the Psychological Aspect**

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
Psychological Aspect	1) Good skills for organizing one's own behaviour;	1) Insufficient organization of one's own behaviour;	1) Disability to organize one's own behaviour;
	2) High level of observation, analysis and assessment;	2) Average level of observation, analysis and assessment;	2) Low level of observation, analysis and assessment;
	3) Comprehensive knowledge as regards the phenomenon of personality and one's own personality;	3) Fragmentary knowledge as regards the phenomenon of personality and one's own personality;	3) Insufficient knowledge as regards the phenomenon of personality and one's own personality;
	4) Self-regulation and self-control; ability to withhold feelings, mood, intentions; flexibility and adaptations skills; positive motivation;	4) Steadiness; communicability; ability to maintain contacts, negotiate; positive motivation;	4) Aggressiveness; intolerance; irritability; excessive excitability; lack of negotiation skills; lack of positive motivation;
	5) Good verbal and non-verbal communication skills;	5) General knowledge about the means of verbal and non-verbal communication;	5) Lack of verbal and non-verbal communication skills;
	6) Complete mutual understanding, empathy in communication with representatives of different cultures;	6) Formal treatment of representatives of different cultures;	6) Indifferent treatment of representatives of different cultures;
	7) Ability to form relationship on the basis of respect, fellowship, goodwill and attention to each other;	7) Insufficient ability to form relationship on the basis of respect, fellowship, goodwill and attention to each other;	7) Lack of ability to form relationship on the basis of respect, fellowship, goodwill and attention to each other;

Criteria-competences	Levels		
	High	Average	Low
	8) Good attention skills on conflict situations;	8) Average attention skills on conflict situations;	8) Activities of spontaneous character in solving conflict situations;
	9) Ability to motivate guests.	9) Insufficient ability to motivate guests.	9) Disability to motivate guests.

Source: author's elaboration

The elaborated criteria allow identifying the level of development of the service culture competence of the prospective HSM. Switching of students among levels allows assessing the degree of the development of the competence. Thus the system of the elaborated criteria ensured the possibility to assess the results of the implementation of the didactic model of studies, which are reflected by the set of knowledge, skills and attitudes typical of SC competence of HSM.

Part 3 “Service Culture of the Prospective Hospitality Sector Managers as the Aim and Result of Higher Professional Education” describes peculiarities of the professional activity of hospitality sector managers. A didactic model for the service culture development process of the prospective hospitality sector managers “Service Culture” is proposed, as well as conceptual principles, content, methods and materials of the model are discussed.

Chapter 3.1. “Analysis of the Professional Qualification of Hospitality Sector Managers” provides an analysis of the situation in higher professional education of hospitality sector managers.

In order to objectively evaluate the actual situation in higher professional education of HSM, its strengths and weaknesses, opportunities and threats, SWOT analysis was applied.

Analysing the strengths of professional education, it can be concluded that quality of education increases and the study process is organized according to today's requirements.

Analysing the weaknesses, it was ascertained that there are lots of different problems in professional education of HSM, which are mainly connected with the education programs. Lack of conformity of education programs with requirements and standards of Europe has been observed, the programs are not modernized and updated according to the requirements of labour market in Latvia and Europe, many study programs should be reconsidered and adapted to the market economy conditions as regards the content. In long-term, mainly the technological component of servicing and management process compared to the humane component was emphasised in the education process of HSM. Teaching employees to correctly implement different

technological operations, for example, laying table, serving food, reserve and tidy rooms, work with informative systems of hospitality enterprises and teaching of other similar actions was considered a priority and an important of the study process. Due to this a strict necessity to reconsider the content of HSM education has arisen.

Development opportunities of professional education are of importance and therefore should be considered. Arrangement, optimization, modernization and update of education programs is necessary, which could be achieved by means of elaborating a single base program according to the requirements of the European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA). They indicate to the necessity to base study results on study cycle descriptors, as well as unified requirements for the content and implementation of education programs in all regions of Latvia.

Threats. The situation may be worsened by the non-persistent political and economic situation, lack of job vacancies, inflation processes and resource price instability, demographic situation and migration. Professional education may be influenced also by globalization in economy and development of innovative economy, labour market dynamics and demand for new competences and skills.

Thus it is necessary to improve the situation in labour market of these sectors by means of ensuring quality human capital, which is closely connected with hospitality service culture and quality, as well as economic growth of enterprises.

Chapter 3.2. "Conceptual Principles of the Didactic Model for Service Culture Development of the Prospective Hospitality Sector Manager" describes the three most important approaches to service culture development of hospitality sector managers within a multicultural society – approach of humanism, culturological approach and competence education approach.

The main precondition for SC development of the prospective HSM is humane education. The aim of humane education is creating of environment of humane orientation at the higher education institution. Such environment would foster development of qualities necessary for the prospective managers by ensuring conditions which would promote the acquisition of service culture, correspond to their professional activity and individual peculiarities.

Humanism has become the main principle in the process of service culture development, as it promotes enriching of the spiritual potential of personality, orients towards the implementation of common human values: Ш.Амонашвили (2001), М.Бахтин (1975, 1979, 1986), В.Библер (1997, 1991), И.Вејќис (1995), Д.Дьюи (2000), Н.Gadamers (1999), В.Франкл (1982, 1990), С.Френе (1990), Г.Гегель (1971, 1990), И.Катане (2006b), Ј.А.Коменскис (1992), А.Леонтьев (1975, 1983), А.Maslow (1954), Ј.Н.Pestalocijs (1996), С.Р.Rogers (1990), Ж.П.Sartr (1946), А.Špona (2001), Л.Выготский (1960, 1991, 1996), И.Žogla (2001).

One of the factors of service education of the prospective HSM is orienting towards the education culture paradigm. SC education content of HSM should be culturally creative and directed towards attraction of the student to culture. Student's personality should be considered as the subject of culture, which is not only a vehicle for spreading of culture, but also the creator of cultural values. The author discusses

education as an purposeful process of education and studies, implemented in a single cultural and education area: Е.Бондаревская (1997), U.Bronfenbrenner (1979), P.Bourdieu, J.C.Passeron (1979), E.Durkheim (1956), E.Eriksons (1998), Д.Фельдштейн (1994), Н.Gudjons (1998), Е.Гидденс (1999), Г.Гегель (1990), С.Гессен (1995), I.Jurgena (2002), Ч.Кули (1994), А.Н.Леонтьев (1975), V.Loch (1968), Дж.Мид (1994), А.Мудрик (2003), Т.Parsons (1951), А.Priedītis (2003), Н.Смелзер (1994), J.A.Students (1998), Л.Выготский (1983), Г.Зиммель (1996).

The strategy for modernization of today's education of the prospective HSM provides for the necessity to implement the competence approach. The aim of the application of the competence approach within the author's research – to ensure the quality of education of the prospective HSM according to the field of their professional activity. Today HSM are not only people possessing special knowledge, but also people able to apply the knowledge and, more importantly, they should be able to make responsible decisions, take the initiative, acquire management skills, be tolerant as regards cultural differences. The competence approach pays attention to the education result, i.e., development of competence, ability to behave properly in different situations in practice. (including professional): R.Boyatzis (1982), B.Briede (2009), G.Cheetham, G.Chivers (1998), T.Durand (1997), Н.Gudjons (1998), А.В.Хуторский (2003), V.Hutmacher (1997), А.Номіча (2009), R.Laužackas (1999), D.K.McClelland (1973), В.Mansefield (2004), S.B.Parry (1996), А.Rauhvargers (2004), I.Tiļļa (2005), D.Wilson (2001), И.Зимняя (2003).

To elaborate the didactic model of studies, the author has applied culturological, humanism and competence approaches, basic principles of which completely reveal the personality phenomenon of the prospective HSM.

Chapter 3.3. “Didactic Model for Development and Promotion of Service Culture of the Prospective Hospitality Sector Managers “Service Culture”” elaborates the didactic model of studies “Service Culture” as a guaranty for the development of service culture of the prospective hospitality sector managers.

The didactic model of studies “Service Culture” (see Figure 4) is elaborated on the basis of scientific theoretical statements discussed in the first and the second part of the research and as the result of generalizing the pedagogical work experience of the author. The set of the didactic rules of the model “Service Culture” comprises: the aim of studies, education content, study methods and aids, organizational forms of studies, the principle of dialogue as the process of interaction.

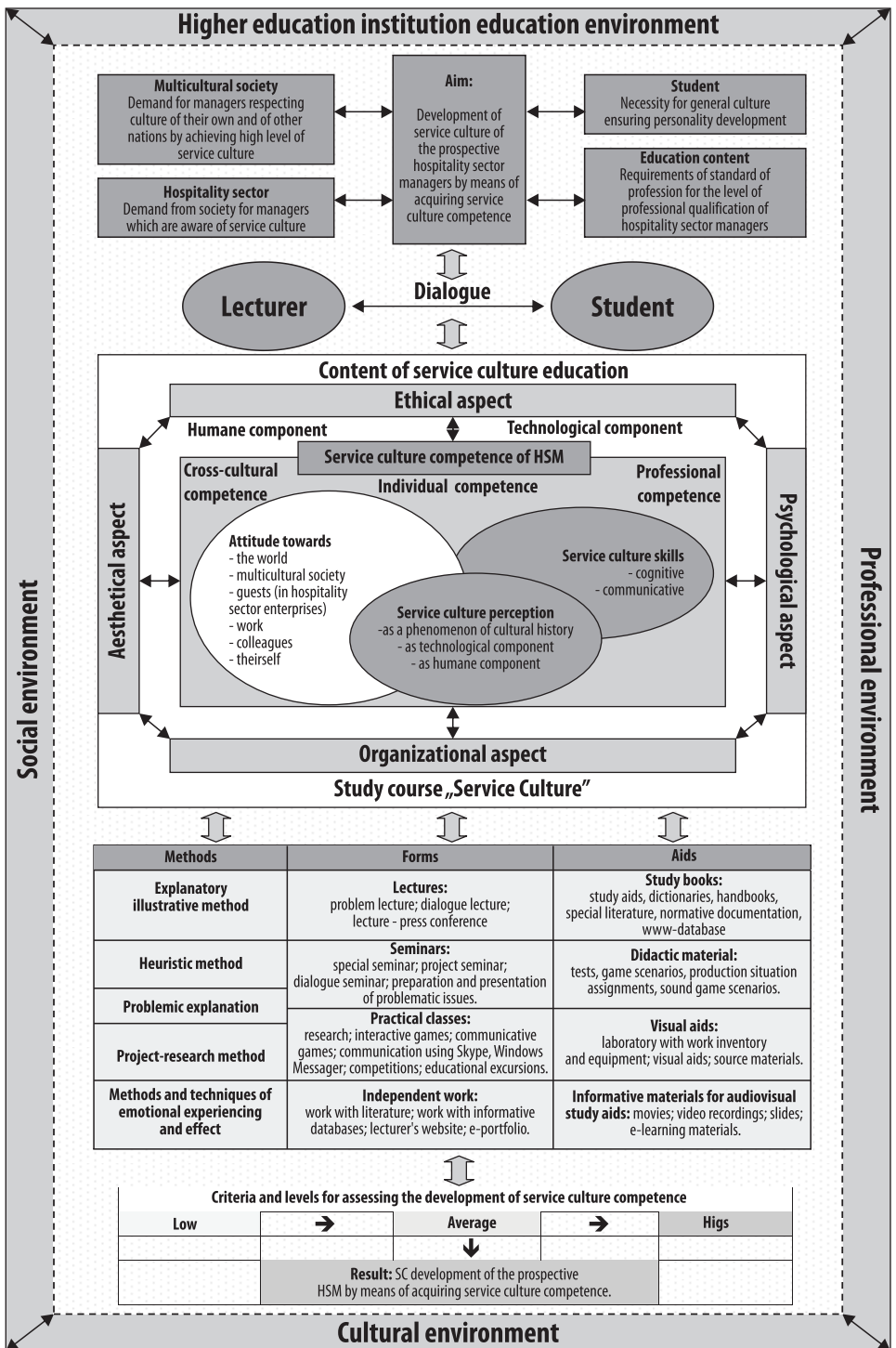


Figure 4. Didactic Model for Service Culture Development of the Prospective Hospitality Sector Managers “Service culture”

SC development of the prospective HSM by means of acquiring service culture competence becomes the aim of service culture education.

According to the didactic model “Service Culture”, service culture education is the active part of studies, when students interact with each other and with the lecturer. These are studies which are based on experience and active research in cooperation with the lecturers.

The pedagogical process which is based on unified content, study and education forms, aids and methods ensured intellectual self-development and personality self-education of the prospective HSM.

The prospective HSM interpret service culture education content as an entire set of such interacting components as specific knowledge, service culture skills and attitudes. The author has elaborated the scheme of the service culture education content (see Figure 5).

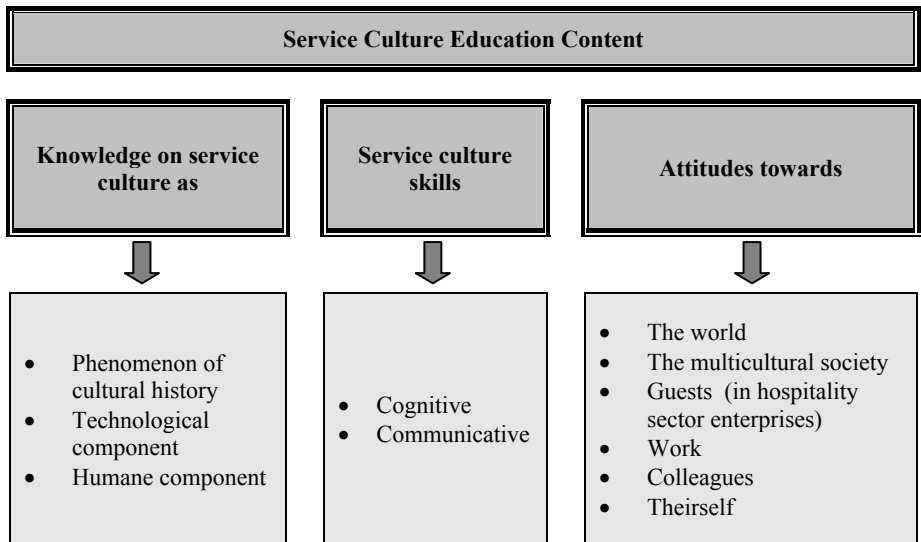


Figure 5. Scheme – Structure of Service Culture Education Content

Source: author’s elaboration

The service culture education content can be discussed in four service culture aspects: ethical, aesthetical, psychological and organizational (see Figure 6). Acquisition of the content within these four aspects, to the author’s viewpoint, allows successful development of service culture competence of the prospective HSM.

Student is the central component in the study process of service culture education. In the result *lecturer – dialogue – student* of interaction of the student and

the lecturer, mutual cognition activity oriented towards the intellectual and ethical development is ensured, and knowledge, skills and attitudes are acquired.

Dialogue as a principle (cooperation accompanying dialogue, mutual creative activity of the lecturer and the student) becomes the leading aspect in service culture education. Dialogue – it is a specific spiritual form of personal potential, a harmonized type of mutual cooperation of the lecturer and the student: М.Бахтин (1979, 1986), В.Библер (1991), М.Бубер (1993), N.Burbules (1993), Г.Я.Буш (1985), Л.Фейербах (1955), С.Франк (1990), Н.Gadamers (1999), J.Habermas (1984), М.Каган (1988), Л.Выготский (1983), etc.

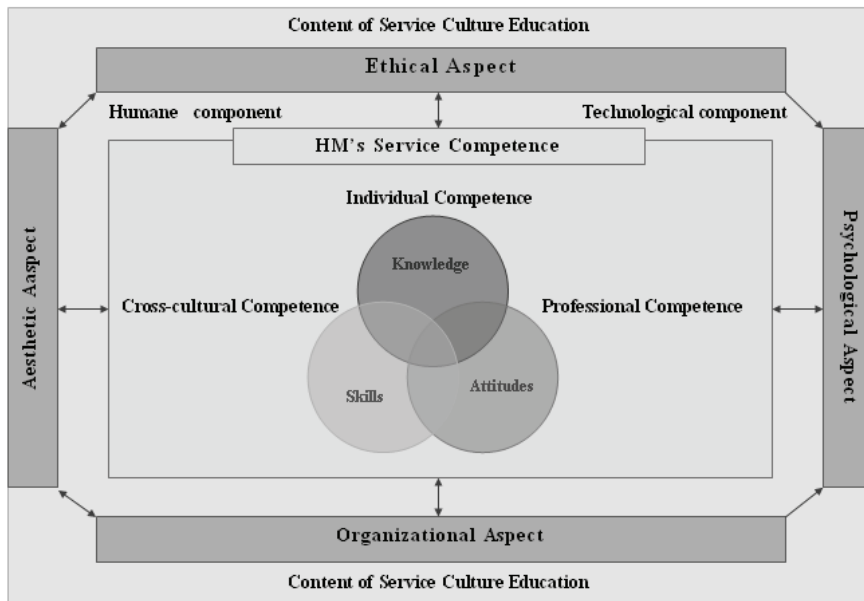


Figure 6. **Place of Service Culture Competence of the Prospective Hospitality Sector Managers within Service Culture Education Content**

Source: author's elaboration

Student's personality develops within a dialogue communication, and the dialogue ensures an integrative function within communication: it expands the range of opportunities of each student to improve their consciousness, acquire new knowledge, practice communication skills, pay attention to the culture of the world which is a priority value of the modern civilization and becomes one of the most important factors for the development of the multicultural society.

To ensure students - the prospective HSM with the knowledge, skills and abilities as regards service culture, it is proposed to apply such methods of active

studies: explanatory illustrative, problematic explanation, project-research, heuristic, emotional experiencing, emotional effect methods and techniques.

To practically implement the elaborated model, the author has defined the forms of organization of studies: lectures (problem lecture; dialogue lecture; lecture as press conference); seminars (special seminar; project seminar; dialogue seminar; preparation and presentation of problematic issues); practical classes (interactive, communicative games; assignment “Service Culture Analysis of the Unknown Guest”; communication using *Skype* and *Windows Messenger*; competitions; educational excursions); independent extracurricular work (work with literature; work with informative databases; lecturer’s website; *e-portfolio*).

Lectures involving problems and dialogue, lectures – press conferences, seminars-projects, dialogue seminars, practical classes-research and other similar lectures are considered, by the author, to be the most appropriate methods that influence service culture development at higher education institutions.

The author has chosen the following study aids for the implementation of the model “Service Culture”: study books (study aids, study issues, normative documentation, dictionaries, special literature, www database), didactic materials (study and control tests; situation assignments, analysis of production situations; sound game scenarios), visual aids (laboratory with work inventory and equipment); informative materials for audiovisual study aids (video recordings, movies, e-learning materials).

Much attention within the study process is paid to assessment of student knowledge. In transition to the humane paradigm of education, there is a new aim as regards assessment of knowledge – the emphasis is on self-assessment instead of assessing (Aizsila, Arhipova, 2001). Self-assessment skills and abilities develop only in practice, and they have to be cultivated in order to help students move to the highest level of learning – creative activity. In the process of assessing the independent work of students, the author recommends that *cooperative assessing* should be applied, according to which four assessors cooperate in order to assess one object.

In part 4 “Study on the Implementation and Testing of the Didactic Model for the Development of Service Culture of the Prospective Hospitality Sector Managers” general principles, organization and methods of the experimental research in the development of service culture (SC) of the prospective hospitality sector managers (HSM) are discussed. An expert system for the diagnostics of the development level dynamics of service culture competence of students – the prospective hospitality sector managers is elaborated, the results of the experimental research are revealed. The expert evaluation of the didactic model “Service Culture” is reflected.

Chapter 4.1. “General Principles and Organization of the Experimental Research” describes the organization of the whole pedagogical research aim of which experimental testing of the quality of the model “Service Culture” was.

Within the research, the following empirical research methods were used:

1. Methods of data acquisition: diagnostics of the level of development of service culture competence of students.

2. Methods of data analysis:

2.1. Qualitative: analysis of expert system, experimental testing of the model, expert analysis:

- For the mathematical processing of data, computer software “Small Experts System” v 2.0 was used;
- For the visualization of data, *Excel*, *Word* and *CorelDraw* computer software was used;

2.2. Quantitative: correlation analysis - correlation coefficient calculations were performed applying the data analysis package of *MS Excel*.

3. Expert evaluation of the didactic model.

Basis of research and contingent: 189 first year students of the study program “Tourism Business Manager” and the specialization “Hospitality Management” from:

4. Information Systems Management Institute (ISMA) (Latvia, Riga) – 124 students.

5. Klaipeda Business and Technology College (KVTK) (Lithuania, Klaipeda) – 22 students.

6. College of Hotel Management (CHM) (Serbia, Belgrade) – 43 students.

In both of the mentioned colleges, first level higher education study programs are implemented, which can be compared with the study programs of ISMA “Tourism Business Manager” and “Hospitality Management”.

To assess the SC competence of the prospective HSM and determine the level of the competence, as well as to approbate the model “Service Culture” and assess the development dynamics of the service culture competence, a program of the pedagogical research was prepared. Table 6 reflects the stages, tasks and methods of the experimental work, but Figure 7 – the algorithm of the pedagogical research.

Table 6

Program of the Pedagogical Research

Research Stages	Tasks within Stages	Forms and Methods of Research	Implementation Dates
Organizational Stage	<p>Choice of the type of pedagogical research (experimental research), justification of the research group, choice of methods. Choice of means for statistical processing of data. Determination of time and location of the pedagogical research.. Preparation of the program of the pedagogical research.</p>	<p>Study of the research context.</p> <p>Preparation of the pedagogical research.</p>	2005-2006
	<p>Elaboration of principles, content and methods.</p> <p>Determination of the aims, structure, pedagogical preconditions, forms, methods and aids of the development of SC competence of HSM.</p>	<p>Theoretical analysis of pedagogic, psychological, philosophic, hospitality literature.</p> <p>Theoretical elaboration of the model “Service Culture”.</p>	2006-2007
Finding Stage	<p>Determination of criteria, indicators and methods for the diagnostics of the development level of SC competence of HSM.</p> <p>Determination of the development level of SC competence of the prospective HSM.</p>	<p>Elaboration of the set of instruments for pedagogical diagnostics: elaboration, adaptation and experimental testing of the electronic expert system complex “AHSC”.</p> <p>Experimental diagnostics of the respondents: survey of 33 first year students from ISMA.</p> <p>Analysis of the survey results by means of the expert method and statistical methods, including the correlation method. Determination of the level of service culture competence of students.</p> <p>Optimization of the expert system complex, correction and reduction of the number of questions.</p>	2007-2008

Continuation of Table 6

Research Stages	Tasks within Stages	Forms and Methods of Research	Implementation Dates
Finding Stage	<p>Determination of criteria, indicators and methods for the diagnostics of the development level of SC competence of HSM.</p> <p>Determination of the development level of SC competence of the prospective HSM.</p>	<p>Elaboration of the set of instruments for pedagogical diagnostics: elaboration, adaptation and experimental testing of the electronic expert system complex "AHSC".</p> <p>Experimental diagnostics of the respondents: survey of 33 first year students from ISMA.</p> <p>Analysis of the survey results by means of the expert method and statistical methods, including the correlation method. Determination of the level of service culture competence of students.</p> <p>Optimization of the expert system complex, correction and reduction of the number of questions.</p>	2007-2008
Structural Stage	<p>Determination of the development level of SC competence of the prospective HSM until the beginning of the experiment.</p> <p>Implementation of the model "Service Culture" within the process of experimental work.</p> <p>Implementation of pedagogical preconditions of SC competence development of the prospective HSM.</p>	<p>Initial diagnostics of respondents: survey of students 124 first year students from ISMA, , 22 first year students from KVTK, 43 first year students from CHM. Totally 189 students were involved in the research.</p> <p>Approbation of the model "Service Culture" in three higher education institutions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ISMA (Latvia, Riga); 2. CHM (Serbia, Belgrade); 3. KVTK (Lithuania, Klaipeda). <p>Organization of experimental classes about the development of SC competence of the prospective HSM.</p>	2008-2009

Research Stages	Tasks within Stages	Forms and Methods of Research	Implementation Dates
Final Stage	<p>Determination of the development level of SC competence of the prospective HSM after the experiment.</p> <p>Analysis (assessment) of the efficiency of the model “Service Culture”.</p> <p>Summarization of the results of the experimental work.</p> <p>Resuming, interpretation and comparison of theoretical and experimental data.</p>	<p>Final diagnostics of the respondents: survey of 112 first year students from ISMA, 20 first year students from KVTk, 41 first year students from CHM. Totally 173 students were involved in the research.</p> <p>Study (summarizing research) on the development dynamics of SC competence of the prospective HSM.</p> <p>Expert evaluation of the model “Service Culture” and pedagogical preconditions.</p> <p>Statistical processing of the experimental data.</p>	2008-2009

Source: author’s elaboration

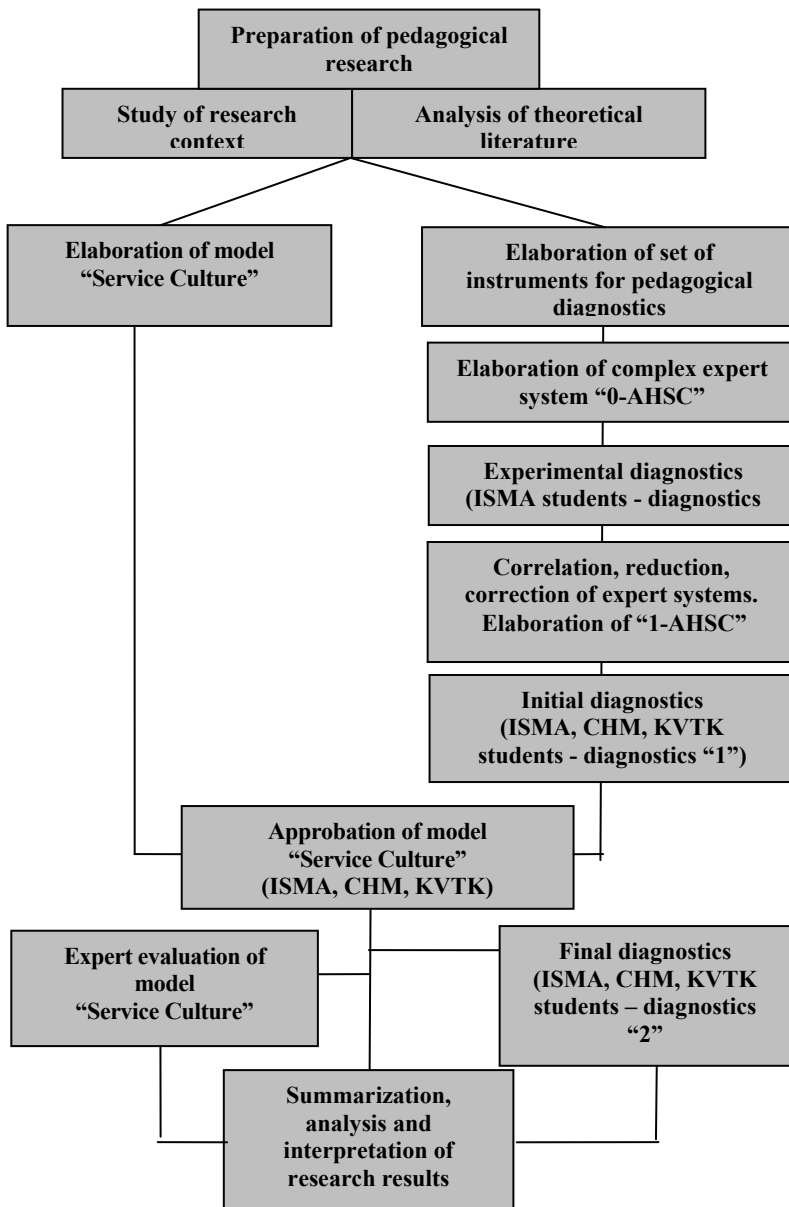


Figure 7. Algorithm of the Pedagogical Research

Source: author's elaboration

Chapter 4.2. “Application of Expert Systems in Diagnostics of Student Competence” provides a description of expert systems.

The expert system is a programmable system comprising the potentialities of a computer and a human – the knowledge and experience of an expert. The expert system can offer reasonable advice or ensure a reasonable solution for a formulated task. The expert system – it is sound systems of artificial intelligence, where *the knowledge base* is formed by formalized empirical knowledge, of highly qualified specialists (experts), in the field of a narrow limited study course: P.Rivža, I.Arhipova (1995), L.Bielawski, R.Lewand (1991), Д.Джарратано, Г.Райли (2007).

The expert system is based on the application of fuzzy logics. The application of fuzzy logics helps implement the tasks data output of which is weakly formalized. Service culture in the hospitality sector is a field of human activity as regards which manager knowledge is difficult to formalize.

To elaborate the expert system for the assessment of SC of students – the prospective HSM, the author has used Bayesian method for decision making (Пустынникова, 2001), which is mathematically justified. The method provides for circumstances where the majority of information is not absolutely precise, it is of a probability character. The Bayesian method is based on a probability of a certain event as assessment by a human, which may change in combination with any other additional information.

Chapter 4.3. “Elaboration of the Complex Expert System “AHSC” for Diagnostics of Service Culture Competence Development of Students – the Prospective Hospitality Sector Managers” elaborates the complex expert system “AHSC”.

To determine the development indicators of SC competence of the prospective HSM, the **complex expert system** (CES) “AHSC” (Assessment of Hospitality Service Culture), elaborated by the author and based on the software “Small Experts System” v 2.0, was used (Бухнин, 2001).

The major information resources used for filling *the knowledge base* during the elaboration of “AHSC” are the personal work experience of the author in HSM education and pedagogical, psychological and professional literature.

The major stages of the elaboration process of CES “AHSC” are as follows: identification, conceptualization, formalization, implementation and diagnostics, experimental testing.

The structure of CES “AHSC” is reflected in Figure 8. The system comprises 28 local expert systems indicated as circles, and they fall into four groups. Each of the groups evaluates one of the aspects of service culture competence: ethical, aesthetical, organizational, psychological. The dark circles refer to the technological component, and the light ones – to the humane component.

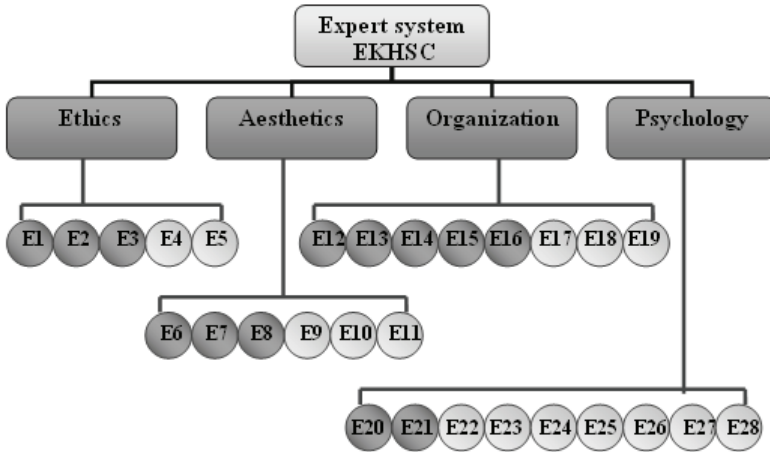


Figure 8. Structural Scheme of the Complex Expert System “AHSC” for Assessing Service Culture Competence

Source: author’s elaboration

A complete breakdown of “AHSC” local expert systems according to the aspects of service culture competence is reflected in Table 7.

Table 7

“AHSC” Local Expert Systems

No of ES	Service culture competences	Name of the local expert system
ES 1	To be aware of international ethical standards in guest servicing	Ethics 1
ES 2	To improve professional mastering as regards ethics	Ethics 2
ES 3	To be aware of and consider the organizational and professional ethical norms	Ethics 3
ES 4	To be aware of and apply the norms of professional ethics and behaviour when communicating with guests	Ethics 4
ES 5	To be aware of and apply the norms of international politeness	Ethics 5
ES 6	To be aware of and apply the aesthetical values when servicing guests	Aesthetics 1
ES 7	To be aware of and apply the norms of production and professional etiquette	Aesthetics 2
ES 8	To be aware of and apply the norms of protocol and etiquette	Aesthetics 3
ES 9	To be aware of and apply the professional ethical norms of personnel	Aesthetics 4

No of ES	Service culture competences	Name of the local expert system
ES 10	To be aware of and apply speech culture of different nations	Aesthetics 5
ES 11	To be aware of and apply the generally accepted cultural norms of one's own nation and other nations	Aesthetics 6
ES 12	To be aware of the operation of the enterprise as an organization	Organization 1
ES 13	To be aware of and apply the standards of hospitality	Organization 2
ES 14	To be aware of the technological documentation of the enterprise	Organization 3
ES 15	To be able to organize the work place of the personnel	Organization 4
ES 16	To acquire professional technological methods of servicing	Organization 5
ES 17	To be aware of and foresee the development of services	Organization 6
ES 18	To be aware of and apply the techniques of selling and advertising goods and services	Organization 7
ES 19	To apply knowledge and skills in communication with guests	Organization 8
ES 20	Initiative, responsibility and team work	Psychology 1
ES 21	Discipline and preparedness for work	Psychology 2
ES 22	To be aware of one's own possibilities as of a personality of an individual	Psychology 3
ES 23	To be aware of the principles of psychological interaction	Psychology 4
ES 24	To be able to apply verbal and nonverbal means of communication specific for particular cultures	Psychology 5
ES 25	To be tolerant within a multicultural environment	Psychology 6
ES 26	To develop one's own psychological resistance of personality	Psychology 7
ES 27	To be able to solve problematic situations	Psychology 8
ES 28	To be able to motivate guests	Psychology 9

Source: author's elaboration

The diagnostics of the SC competence development of the prospective HSM was performed on the basis of responses to the questions (374), elaborated by the author, which are included in the CES "0 - AHSC", maximally comprising the major criteria as regards service culture of managers.

In order to experimentally test CES "AHSC", the author has performed the experimental diagnostics of respondents (0. diagnostics) by means of applying CES "0 - AHSC", in the Information Systems Management Institute.

A few insufficiencies as regards the formulation of questions of CES “0 - AHSC” were detected in the experimental diagnostics. Therefore the results were not valid enough. During the experimental testing of CES “AHSC”, it was found that: the process of student diagnostics was labour-consuming and remarkably time-consuming (up to 3 hours); a few questions of the expert system due to the incorrect formulation were not clear to students. Due to this reason, the author decided to optimize CES “0 - AHSC” by means of correlation analysis: A.Geske, AGrünfelds (2006), И.И.Елисеева (2006), А.Ю.Козлов (2003), reducing the number of expert systems and correcting the questions.

The results of the data correlation analysis allowed optimizing CES „AHSC”. The number of expert systems was reduced to 20, but the number of questions – to 190. The service culture aspects were not changed in order to perform the diagnostics of student knowledge before and after the approbation of the didactic model of studies. After the optimization, CES “AHSC” was elaborated both in Latvian and Russian languages and called CES “1 - AHSC”.

Chapter 4.4. “Study on the Implementation of the Didactic Model” describes the results of the study on the implementation of the didactic study model “Service Culture”.

The plan for the diagnostics of SC competence development of students – the prospective HSM is reflected in Table 8.

The initial diagnostics in ISMA was performed twice, in the beginning “0 - EHCS” diagnostics was performed, but after a week “1 - EHCS” (the optimized CES) was applied. Comparing the results of the two tests, it can be stated that the results of both tests differ only in 12 % of the cases. Thus reasonably the optimised ES – “1 - EHCS” could be used in further research.

Diagnostics by the application of the complex expert system “1 - AHSC” was performed in three education institutions (Study year 2008/2009, September).

In the study year 2008/2009, approbation of the model “Service Culture” was performed in three education institutions: ISMA, KVTK, CHM.

After the approbation of the model (Study year 2008/2009, May), final diagnostics was performed – 2. diagnostics, applying KES “1 - AHSC” which involved the same first year students.

The initial diagnostics in ISMA was performed twice, in the beginning “0 - EHCS” diagnostics was performed, but after a week “1 - EHCS” (the optimized CES) was applied. Comparing the results of the two tests, it can be stated that the results of both tests differ only in 12 % of the cases. Thus reasonably the optimised ES – “1 - EHCS” could be used in further research.

Diagnostics by the application of the complex expert system “1 - AHSC” was performed in three education institutions (Study year 2008/2009, September).

In the study year 2008/2009, approbation of the model “Service Culture” was performed in three education institutions: ISMA, KVTK, CHM.

Table 8

**Plan for Diagnostics of Service Culture Competence Development of Students –
the Prospective Hospitality Sector Managers**

Research Stage	Diagnostics	Higher Education Institution	Number of Students	Year	Time	Semester	ES	Diagnostics
Finding Stage	Experimental	ISMA	33	1	2007/2008 May	Semester 2	“0 - EHCS”	0. diagnostics
Structural Stage	Initial	ISMA	124	1	2008/2009 September	Semester 1	“0 - EHCS”	1. diagnostics
							“1 - EHCS”	1. diagnostics
		KVTK CHM	22 43	1	2008/2009 September	Semester 1	“1 - EHCS”	1. diagnostics
Final Stage	Final	ISMA KVTK CHM.	112 20 41	1	2008/2009 May	Semester 2	“1- EHCS”	2. diagnostics

Source: author's elaboration

After the approbation of the model (Study year 2008/2009, May), final diagnostics was performed – 2. diagnostics, applying KES “1 - AHSC” which involved the same first year students.

Summarizing the data of student diagnostics, average indicators for assessing probability were calculated in accordance with three competence levels in three education institutions: ISMA, KVTK, CHM. After the approbation of the model "Service Culture" an increase in percentage of competence assessment was detected as regards all four aspects of service culture: ethical, aesthetical, organizational and psychological. Generally the experimental work indicated to a positive development dynamics of service culture competence of students in all three education institutions.

The average probability assessment for the first year students of Information Systems Management Institute in the beginning of the study year on a low, average and high level is 0.231, 0.513, 0.702 and the first year students in the end of the study year – 0.013, 0.814, 0.979. Respectively, the increase in knowledge assessment on a low, average and high level is 94.36%, 58.64%, 39.46%.

The average probability assessment for the first year students of Klaipeda Business and Technology College in the beginning of the study year on a low, average and high level is 0.184, 0.549, 0.728 and the first year students in the end of the study year – 0.036, 0.734, 0.945. Respectively, the increase in knowledge assessment on a low, average and high level is 80.53%, 33.81%, 29.81%.

The average probability assessment for the first year students of College of Hotel Management in the beginning of the study year on a low, average and high level is 0.149, 0.629, 0.764 and the first year students in the end of the study year – 0.019, 0.896, 0.999. Respectively, the increase in knowledge assessment on a low, average and high level is 87.60%, 42.61%, 30.60%.

Finalizing the experimental work, positive dynamics was observed in all aspects of service culture competence. As regards the ethical aspect, the increase in competence on average in all three education establishments on the lowest level was 69.74%, on average level – 29.16%, on the highest level – 13.9%. As regards the aesthetical aspect, the increase in competence on the lowest level was 91.11%, on average level – 52.2%, on the highest level – 44.0%. As regards the organizational aspect, this indicator on the lowest level was 92.38%, on average level – 73.66%, on the highest level – 59.66%. As regards the psychological aspect the increase in competence on the lowest level was 81.82%, on average level – 34.38%, on the highest level – 24.79%.

The positive dynamics is reflected also by the components of SC of HSM. As regards technological culture, increase in competence on average in all three education institutions on the lowest level was 82.87%, on average level – 47.35%, on the highest level – 35.14%. As regards humane culture, increase in competence on the lowest level was 84.60%, on average level – 42.97%, on the highest level – 34.93%. Indicators of all four service culture competence aspects (ethical, aesthetical, organizational, psychological) and of both components of service culture competence (technological and humane) have remarkably increased.

The results of the final diagnostics and of the whole experimental work testify to the efficiency of use of the model "Service Culture". Analysis of experimental work

on the basis of the elaborated complex expert system “AHSC” allow concluding that the level of service culture competence has increased.

The obtained results which were described within the work and which verify the proposed hypothesis of the promotion work, serve as a proof for achievement of the aim and the completion of the tasks of the work. The obtained results of the pedagogical research allow concluding **that the level of SC competence of the prospective HSM increases, if the justified and assessed didactic model “Service Culture” ensuring the development of SC of the prospective HSM is applied in the study process.**

Chapter 4.5. “Expert Evaluation of the Didactic Model of Service Culture Development of Hospitality Sector Managers” reveals the organization of the expert evaluation, assigning tasks for the experts, as well as the competence of the experts and data processing of the experiment.

According to methods of V.Cherepanov (Черепанов, 1989), the optimal number of experts was set (4).

To assess the competence of expert candidates, method of expert self-esteem according to parameters elaborated by the author was used. A self-esteem rate of each expert candidate was calculated. In the result of the research, it was found that members of the formed expert group represent high concordance rate – **0.97**, which, in turn, testifies to the fact that the expert evaluation is of high degree of validity.

During the process of expert research, the experts have expressed their viewpoints regarding the model “Service Culture” according to criteria, elaborated by the author.

Analysing the expert evaluation regarding the opportunities of the didactic model of studies “Service Culture” in achieving the proposed pedagogical tasks, it can be concluded that:

- The didactic model “Service Culture” is elaborated as an original set of organizational didactic rules, which primary ensures development of service culture competence of HSM as comprehensively as possible, comprising four components suggested by the author: ethical, aesthetical, organizational, psychological;
- SC competences of HSM are advised and closely related to competences of hospitality sector specialists which are more important in practice, as well as considered to be the important criteria for assessing the results of the implementation of the model “Service Culture”;
- The organization, forms, methods and aids of study process correspond to the aims and tasks of studies, promote the development of service culture of the prospective HSM;
- Diagnostics of the development of SC competence of the prospective HSM can be efficiently performed by means of applying the complex expert system “AHSC”;

- Use of the didactic model “Service Culture” is considered topical, as well as is of great practical importance in the study process of HSM.

All of the experts have highly evaluated (**9.8**) the model “Service Culture”, elaborated by the author.

Conclusions

1. Comprehensive personality development, acquisition of knowledge, and socialization with its leading role in developing communication skills, exchanging opinions and comparing positions, being aware and accepting differences and acquiring the principle of dialogue in the society become the priority tasks for higher education within the hospitality sector. Personality development of every student is influenced by the environment. A certain strong interaction exists between a human and the environment, which significantly affects human personality. A human adapts to the environment, develops towards it different attitudes set of which forms the system of society culture. **Personality development** is understood as successive, natural quality changes in the life, social and spiritual processes which determine acquisition of such qualities that characterize an individual as a personality. **Personality culture** can be discussed as an individually acquired social culture formed by values, knowledge, skills and attitudes, and it is expressed in dialogue and creative activity. Personality culture comprises both the essential personal qualities (spirituality, freedom, responsibility, creativity, humanity) and education. Personality culture is a precondition and the result of education of an individual. An individual acquires the common human culture and experience, as well as a human can develop and improve it by means of education. Humans acquire culture in the process of culturalization, they acquire the norms of their social groups in the process of socialization, and acquire the professional culture of the society in the process of professional development, as well as integrate into the professional system by the help of acquisition of professional values, traditions and norms of professional behaviour. Processes of culturalization, socialization, professional and professional development in the education environment of the higher education institution form the essence and sense of service culture education, as well as determine the value orientation of the whole education process of HSM. The personality of a student –HSM develops within the interaction of the cultural, social, professional activity and higher education institution environments.

2. **Service culture** is a relatively independent part of culture, which represents the character of relationships between the hospitality sector employees and the guests and the representatives of the multicultural society during the process of developing and adopting material and spiritual values. Service culture is a system characterization of the personality of the specialist, comprising the technological and humane components and ethical, aesthetical, psychological and organizational aspects. The

humane component is an integral characterization of the sense and self-confidence, ethical considerations of activity and aesthetical preconditions of the subject of professional culture. The humane component is oriented towards internal development of the subject, development of human values, improvement of human relationships and humanism of the whole social environment. The technological component characterizes kinds of interaction of the subject with the object of the work and the instruments, as well as the degree of their readiness to perform certain kind of activity.

3. As culture is a socially determined kind of human activity, competence is an arrangement of this kind of activity in a certain field of professional activity. Competence is a multicomponent structure, comprising knowledge, skills and attitudes, which ensure implementation of highly professional activity and personality development of the specialist. ***Service culture competence of hospitality sector managers*** is an integral set of personal qualities of HSM, structure of which comprises individual, cross-cultural and professional service culture competences. To assess the results of the implementation of the didactic model “Service Culture”, criteria for assessing the level of the development of service culture competence have been elaborated within the four aspects – ethical, aesthetical, organizational and psychological.

4. The elaborated ***didactic model “Service Culture”*** is based on the humanism, culturological, and competence approaches, which completely reveal the personality phenomenon of the prospective HSM. The set of the didactic rules of the model “Service Culture” comprises: the aim of studies, education content, study methods and aids, organizational forms of studies, the principle of dialogue as a process of interaction. Development of SC of the prospective HSM by acquisition of service culture competence becomes the aim of service culture education. For a prospective HSM, SC education content means an entire set of interacting specific knowledge, service culture skills and attitudes, for acquisition of which study methods, forms and aids should be differentiated, but dialogue as a principle becomes the leading aspect in service culture education, and task of the lecturer is ensuring of student’s integration into culture by means of dialogue. The implementation technology of the approbated didactic model “Service Culture” reveals that service culture education can be acquired within active studies, when students are interacting with each other and with the lecturer. These are studies which are based on experience and active research in cooperation with the lecturers.

5. The ***complex expert system “AHSC”*** (Assessment of Hospitality Service Culture), elaborated by the author, determines the level of development of service culture competence of HSM within the technological and humane component, and within the ethical, aesthetical, psychological and organizational aspect. “EHSC” is of practical significance – the results of data processing remarkably simplify competence diagnostics, and it allows determining the weaknesses in student competences, promotes a more optimal choice of study methods.

6. The experimental research on the implementation, approbation and experimental testing of the proposed model “Service Culture” testifies to the fact that:

- Positive dynamics was observed in all aspects of service culture competence. As regards the ethical aspect, the increase in competence on average in all three education establishments on the lowest level was 69.74%, on average level – 29.16%, on the highest level – 13.9%. As regards the aesthetical aspect, the increase in competence on the lowest level was 91.11%, on average level – 52.2%, on the highest level – 44.0%. As regards the organizational aspect, this indicator on the lowest level was 92.38%, on average level – 73.66%, on the highest level – 59.66%. As regards the psychological aspect the increase in competence on the lowest level was 81.82%, on average level – 34.38%, on the highest level – 24.79%;
- Positive dynamics is reflected also by the components of service culture competence. As regards the humane component, increase in competence on the lowest level was 84.60%, on average level – 42.97%, on the highest level – 34.93%. As regards technological culture, increase in competence on average in all three education institutions on the lowest level was 82.87%, on average level – 47.35%, on the highest level – 35.14%;
- The results of the whole experimental work testify to the topicality of the model “Service Culture”. Forms, methods and aids of service culture development in connection with each other were oriented to achievement of positive results. The results of the experimental work, on the basis of the indicators of the elaborated expert system, allow concluding that the level of service culture has increased;
- Members of the expert group formed for the assessment of the didactic model represent high concordance rate (0.97), which testifies to the fact that the expert evaluation is of high degree of validity. All of the experts have highly evaluated (9.8 points) the model “Service Culture”, elaborated by the author.

7. The results of the research verified the proposed hypothesis of the promotion work, and serve as a proof for achievement of the aim of the work and implementation of the tasks of the work. The research proves that the level of SC of the prospective HSM increases, if the justified and assessed didactic model “Service Culture” is applied in the study process. The application of the elaborated model in studies promotes service culture development of the prospective HSM.

Suggestions

for lecturers from higher education institutions, involved in the implementation of hospitality or related study programs

- To **i n t e g r a t e** the didactic model “**Service Culture**” for the development of service culture of hospitality sector managers, which is elaborated by the author and based on a pedagogically systematic approach within culturological and competence aspects in education of hospitality sector managers, into the implementation of higher professional education study programs (Catering and Hotel Entrepreneurship, Administration of Tourism and Hospitality Sector Enterprises, Hotel Management, Entrepreneurship in Restaurant Business) and secondary professional education study programs (Catering Service, Restaurant Service, Commercial Activity of Restaurant Service) of hospitality sector managers (or specialists).
- The didactic model “Service Culture” can be applied in service culture education both in higher education institutions and professional education institutions. It can be implemented by integrating, into the program, **service culture aspects** (ethical, aesthetical, psychological, organizational) **and indicators** or by **a p p l y i n g** the author program for the study course “**Service Culture**”.
- In service culture education, to **a p p l y** the **methodical materials**, elaborated by the author, which promote development of service culture of HSM (study aids and books: *A textbook for distance learning “Catering Service I”* (Mācību grāmata tālmācībai “Ēdināšanas serviss I”); *A textbook for distance learning “Catering Service II”* (Mācību grāmata tālmācībai “Ēdināšanas serviss II”); *“Restaurant Business – from Idea to Reality”* (“Restorānu bizness - no idejas līdz realitātei”); *“Cocktail Book 50MIX&FIX”* (“Kokteiļu grāmata 50MIX&FIX”); *“Bar: Drinks, Cocktails, Service”* (“Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana”)).
- For the diagnostics of the level of development of service culture competence of students and hospitality sector employees, to **a p p l y** the methods for diagnostics, elaborated by the author – **the expert system complex („AHSC”)** (Assessment of Hospitality Service Competence) which includes criteria and levels for assessing service culture competence development and comprises the psychological, ethical, aesthetical and organizational aspects of service culture of the prospective hospitality sector managers.

- For the promotion of the development of professional competence of hospitality sector students, to **e l a b o r a t e v a r i a n t s o f t h e** theoretically justified and experimentally tested, by the author, **didactic model** for the dominating study courses (Catering Business Administration, Catering Service, Professional Customer Service, Catering Industry, Tourism and Hospitality, Organization of Guest Servicing, Hospitality Service, Service Standards and Rules, Guest Servicing and Professional Ethics, etc.) and integrate them into the everyday pedagogical work.

Approbation of Research Results

Conclusions drawn during the development of promotion thesis, had been summarized into the scientific publications and reports. On the research, disclosed in the promotion thesis, the author has scientific articles in scientific publications, reviewed by the Latvian Council of Sciences, as well as the author has presented reports at international scientific conferences.

Reports at Scientific Conferences

Year 2010

1. Kuliša I. Apkalpošanas kultūras izglītības didaktiskie principi. Report in the 52nd international scientific conference in April 14-17, 2010. Daugavpils, Daugavpils University.
2. Kuliša I. Ekspertu sistēma studentu zināšanu diagnostikā. Report in the 8th international conference *Open Learning & Distance Education* in January 19-20, 2010. Riga, Information Systems Management Institute.
3. Kulisha I. The Education of Prospective Hospitality Managers' Service Culture. Report in the 12th international symposium *Materials, Methods & Technologies* in June 11-15, 2010. Bulgaria, Sunny Beach, Bulgarian Academy of Sciences.
4. Kulisha I. Hospitality Managers' Service Competence. Report in the 4th international conference *Research in Didactics of the Sciences (DidSci)* in July 4-12, 2010. Poland, Cracow, Pedagogical University of Cracow.
5. Kulisha I. Structure of Hospitality Managers' Service Culture in a Polyethnic Environment. Report in the 4th international congress *Hotelpan 2009* in April 22-23, 2010. Serbia, Belgrade, College of Hotel Management.
6. Kuliša I. Viesmīlības speciālista kompetences modelis. Report in the 8th international scientific conference *Information Technologies and Management* in April 15-16, 2010. Riga, Information Systems Management Institute.
7. Кулиш И. Культура обслуживания в условиях экономического кризиса. Report in the 11th international scientific conference *E-gospodarka E-*

społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej in May 5-7, 2010. Lublin, Catholic University of Lublin.

Year 2009

8. Kulisha I., Mrochko A., Muhamedyev R., Shynybekov A.N. Correlation – regression analysis of the knowledge and skills complex expert system. Report in the 3rd international scientific conference *Innovative Information Technologies IIT-2009* in December 4, 2009. Lithuania, Vilnius, Vilnius Business College.
9. Kulisha I. Didactic model of hospitality managers service culture development in polyethnic environment. Report in the 3rd international scientific conference *Language, Individual & Society in the Modern World* in September 7-10, 2009. Bulgaria, Sunny Beach, Bulgarian Academy of Sciences.
10. Kulisha I. Mrochko, A., Muhamedyev, R. Reduction of Experts System for Students Knowledge Evaluating in the Area of Hospitality Technology. Report in the 7th international conference *Information Technologies and Management* in April 16-17, 2009. Riga, Information Systems Management Institute.
11. Kuliša I. Topošo viesmīlības speciālistu apkalpošanas kultūras aspektu novērtēšana studiju procesā. Report in the 4th international scientific conference *Rural Environment. Education. Personality* in May 29-30, 2009. Jelgava, Latvia University of Agriculture.
12. Kulisha I. Viesmīlības vadītāja apkalpošanas kultūra. Report in the 7th international conference *Information Technologies and Management* in April 16-17, 2009. Riga, Information Systems Management Institute.
13. Кулиш И. Анализ культуры обслуживания специалистов гостеприимства с помощью экспертных систем. Report in the 10th international scientific conference *E-gospodarka E-społeczeństwo w Europie Środkowej i Wschodniej* in May 11-13, 2009. Lublin, Catholic University of Lublin.

Year 2008

14. Kuliša I. Docētāja mājas lapa – kā jauns izglītības mērķis. Report in the 6th international scientific conference *Information Technologies and Management* in April 14 -15, 2008. Riga, Information Systems Management Institute.

Year 2007

15. Kuliša I. Starpkultūru tendences viesmīlības nozarē. Report in the 5th international conference *Open Learning & Distance Education* in January 18-19, 2007. Riga, Information Systems Management Institute.
16. Kuliša I. Viesmīlības nozares speciālista polietniskā kultūra kā svarīgs pakalpojumu kvalitātes uzlabošanas faktors. Report in the 5th international conference *Pedagoģija: teorija un prakse* in June 8, 2007. Liepaja, Liepaja Academy of Pedagogy.

Year 2006

17. Kuliša I. Kooperatīva vērtēšana – kreatīvā studiju procesa sastāvdaļa kultūrizglītībā. Report in the 11th International creativity conference

Kreativitāte kā process in November 10-11, 2006. Riga, Riga Teacher Training and Educational Management Academy.

18. Kuliša I. Pašvērtēšana studijās - saikne starp procesu un rezultātu. Report in the 4th international conference *Open Learning & Distance Education* in January 19-20, 2006. Riga, Information Systems Management Institute.
19. Kuliša I. Studenta *portfolio* kā profesionālās darbības „starta kapitāls”. Report in the 4th international scientific conference *Information Technologies and Management* in April 11-12, 2006. Riga, Information Systems Management Institute.

Year 2004

20. Kuliša I., Člaidze V., Agarval K.M. Restorānu biznesa pilnveidošanas īpatnības, Latvijai iestājoties ES. Report in the 2nd international scientific conference *Information Technologies and Management* in April, 15-16, 2004. Riga, Information Systems Management Institute.

Publication in reviewed scientific issues

1. Kulisha, I. (2009) Competence Model of a Hospitality Specialist. *In: Proceeding of the International Scientific Conference. February 27th-28th, 2009 Society, Integration, Education*. Rezekne : Rēzeknes Augstskola, p. 122.-129. ISBN 978-9984-44-018-7, ISSN 1691-5895, (**Thomson Reuters Web of Science data base**).
2. Kulisha, I. (2007) The corporate assessment - a component of the creative study process in culture education. *In: Radoša personība: V. Zinātnisko rakstu krāj. Rīga : Kreativitātes zinātniskais institūts, 78.-86. lpp.* ISBN 978-9984-39-372-8.
3. Kulisha, I. (2009) Didactic model of hospitality managers service culture development in polyethnic environment. *Journal of International Scientific Publication: Language, Individual & Society*. Bulgaria : Vol.3, Part1, p. 114.-128. On-line: <http://www.science-journals.eu/>. ISSN 1313-2547.
4. Kulisha, I. (2009) Development of Hospitality Branch in Multi Ethnic Environment in Latvia. *Multi-subject scscientific journal "Innovations and Technologies News"*. No.2 (3), p. 56.-67. ISSN 1691-4937.
5. Kulisha, I. (2010) The Education of Future Hospitality Managers' Service Culture. *Journal of International Scientific Publication: Materials, Methods & Technologies* Bulgaria: Vol.4, Part1, p. 318-327. On-line: <http://www.science-journals.eu/>. ISSN 1313-2539.
6. Kulish, I. Muhamedijev, R. (2009) Experts' System for Assessing Students' Knowledge in the Area of Hospitality Technology. Scientific and research journal "*Computer Modelling and New Technologies*". Vol.13, No.2, p. 31.-37. On-line: <http://www.tsi.lv>. ISSN 1407-5806, ISSN 1407-5814
7. Kulisha, I. (2008) Humanitarization of education as a development factor of professional culture for prospective hospitality specialists. *Pedagogical and Psychological Problems in Modern Education*. International scientific

- collection "Problems of Education in the 21 st Century", Vol.4, p. 22.-30. ISSN 1822-7864.
8. Kulisha, I. (2009) Pedagogical Preconditions of the Development of Service Culture of a Prospective Hospitality Specialists. *Didactical and Psychological Issues and Prospects in Education*. International scientific collection "Problems of Education in the 21 st Century", Vol.10, p. 69.-80. ISSN 1822-7864.
 9. Kuliša, I. (2008) Projektu tehnoloģijas organizācija topošo viesmīlības speciālistu studiju procesā. *Information Technologies, Management and Society*, Rīga : ISMA, Vol.1, Nr.2, 128.-135. lpp. ISSN 1691-2489.
 10. Kulisha, I. (2008) The student's portfolio-as the „starting investment“ of professional activity. *Information Technologies, Management and Society*, Rīga : ISMA, Vol.1, No.2, p. 42.-49. ISSN 1691-2489.
 11. Kulisha, I. (2009) Structure of Hospitality Managers' Service Culture in a Polyethnic Environment. *Journal for Theory and Practice of Hotel Industry „HOTELink 2009“*, Belgrade, Vol.10, No.13-14, p. 279-286. ISSN 1451-5113.
 12. Kuliša, I. (2009) Topošo viesmīlības speciālistu apkalpošanas kultūras aspektu novērtēšana studiju procesā. *Proceeding of the 4th International Scientific Conference Rural Environment. Education. Personality.*, Jelgava :Jelgavas Printing House Nr.4, 350.-367. lpp. ISBN 978-9984-48-002-2.
 13. Kuliša, I. (2007) Viesmīlības nozares speciālista polietniskā kultūra kā svarīgs pakalpojumu kvalitātes uzlabošanas faktors. *Pedagoģija: teorija un prakse V*. Rakstu krāj. Liepāja : LiePa, 218.-227. lpp. ISSN 1407-9143.
 14. Kuliša I. (2009) Viesmīlības nozares vadītāju apkalpošanas kultūras attīstības polietniskā vidē studiju metodes un materiāli. *Information Technologies, Management and Society*. Rīga : ISMA, Vol.2, No.2, p. 41.-54. ISSN 1691-2489.

Other publications

1. Кулиш, И. (2009) Анализ культуры обслуживания специалистов гостеприимства с помощью экспертных систем. *In: E-gospodarka E-spoloczenstwo w Europie Środkowej i Wschodniej*. Pod red. S. Partyckiego. Vol., № 2. Lublin : Wydawnictwo KUL, с. 146.-148. ISBN 978-83-7363-839-6.
2. Кулиш, И. (2010) Культура обслуживания специалистов гостеприимства в условиях экономического кризиса. *In: Partnerstwo i współpraca a kryzys gospodarczo społeczny w Europie Środkowej i Wschodniej*. Pod red. S. Partyckiego. Lublin : Wydawnictwo KUL, Vol., № 2. Lublin : Wydawnictwo KUL, с. 602.-605. ISBN 978-83-7702-016-6.

Prepared methodological aids

1. Kuliša, I. (2003) *Bārs: dzērieni, kokteiļi, apkalpošana*: māc.grām. Rīga : ISMA, 160 lpp. ISBN 9984-19-439-6.
2. Kuliša, I. (2008) *Kokteiļu grāmata 50MIX&FLX*. Rīga : ISMA, 208 lpp. ISBN 978-9984-7-2.
3. Kuliša, I. (2009) *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss I”*. Rīga : SIA „Biznesa Vadības koledža”, 255 lpp. ISBN 978-9984-838-07-63.
4. Kuliša, I. (2005) *Restorānu bizness - no idejas līdz realitātei*: mācību līdz. iesācējiem uzņēmējdarbībā. Rīga : ISMA, 174 lpp. ISBN 9984-9848-0-x.
5. Vanaga, V., Kuliša, I. (2009) *Mācību grāmata tālmācībai „Ēdināšanas serviss II”*. Rīga : SIA „Biznesa Vadības koledža”, 309 lpp. ISBN 978-9984-838-33-5.
6. Кулиш, И. (2005) *Бар: напитки, коктейли, обслуживание*: уч. книга. Рига : ISMA, 179 с. ISBN 9984-9848-3-4.
7. Кулиш, И. (2006) *Ресторанный бизнес: от идеи до реальности*: учебное пособие для начинающих предпринимателей. Рига : ISMA, 194 с. ISBN 9984-9848-2-6.

Accepted for publication

1. Kuliša, I. (2010) Apkalpošanas kultūras izglītības didaktiskie principi. 52. starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. Daugavpils : Daugavpils Universitāte.
2. Kuliša, I., Mrochko, A., Muhamedyev, R., Shynybekov, A.N. (2010) Correlation – regression analysis of the knowledge and skills complex expert system. International journal *Innovative infotechnologies for science, business and education*. Vilnius.
3. Kuliša I. (2010) Hospitality Managers' Service Competence. In: *Proceeding of 4th International Conference Research in Didactics of the Sciences*. Krakow.
4. Kuliša, I., Mrochko, A., Muhamedyev, R. (2009) Reduction of Experts System for Students Knowledge Evaluating in the Area of Hospitality Technology. *Information Technologies, Management and Society*. Rīga : ISMA.

