

а бизнес – возможности совместного обучения, создание рабочих мест и общие мероприятия с образованием, что укрепляет бизнес. Деятельность туристских организаций, в особенности, работающих в сфере внутреннего и въездного туризма, как правило, приносит небольшой доход по сравнению с реализацией заграничных туров. В силу этого туроператор, а тем более турагент, зачастую не могут позволить себе иметь в штате экскурсоводов и большое количество менеджеров. Данный вопрос решается путем привлечения студентов в качестве фрилансеров, т.е. внештатных работников, нанимаемых только для выполнения определенного перечня работ. В процессе этой деятельности студент получает опыт и практические навыки, а туристская компания – дешевый труд, поскольку студенту сначала необходимо накопить определенный опыт, прежде чем его труд начнет оплачиваться достойно.

Кроме того, бизнес привлекает образовательные учреждения в качестве экспертов. Нередко туристским компаниям приходится рассматривать спорные ситуации с туристами. В этом случае образовательные учреждения могут дать экспертное заключение, основываясь на котором впоследствии туристская компания юридически может разрешить появившееся недопонимание со стороны кого-либо. Экспертная сторона может выступать и разработчиком маршрутов, и автором текстов экскурсий.

Партнерство между образовательными учреждениями и бизнесом должно содержательно быть наполнено информацией о рынке труда, развивать профессиональные навыки выпускников, способствовать реализации индивидуальных планов развития персонала компаний, развитию сотрудничества между образовательной и деловой сферами, осуществлению контроля на рабочем месте за студентами, их профессиональному становлению.

В заключение следует отметить, что, принимая во внимание существующую схему взаимодействия бизнеса и образования, необходимо все-таки стремиться к более продуктивному взаимодействию. Для этого, на наш взгляд, каждая компания должна определить для себя несколько приоритетных направлений деятельности, предполагающих возможность карьерного роста сотрудников, формировании у них лояльного отношения к компании, ориентированность фирмы на качество оказываемых услуг.

Н.Б. Лыгарева
(УГЛТУ, Екатеринбург)

К ВОПРОСУ О ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Система подготовки кадров в Российской Федерации функционирует в рамках системы образования, под которой в соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (2012),

понимается совокупность системы преемственных образовательных программ и государственных образовательных стандартов различного уровня и направленности, сети реализующих их образовательных учреждений независимо от их организационно-правовых форм, типов и видов, а также системы органов управления образованием и подведомственных им учреждений и организаций [1, ст. 8].

Рыночные условия, сложившиеся на рубеже XX–XXI вв. сломали всю налаженную на протяжении нескольких десятилетий систему образования и трудоустройства выпускников образовательных учреждений, а также внесли коррективы в содержание образования, привели к появлению новых профессий и специальностей. Анализ социологических исследований, проводимых в рамках деятельности маркетинговых служб значительного количества туристских фирм и других организаций сферы гостеприимства, показывает, что в подавляющем большинстве случаев предприятия (работодатели, представляющие рабочие места для массовых профессий в туристской отрасли) ориентируются на подготовленную (обученную) рабочую силу. Индустрия туризма считается одной из самых быстро развивающихся и перспективных. А это значит, что человек, избравший туризм своей профессией, никогда и нигде не пропадет. Но если раньше в этот бизнес приходили «с улицы» и учились всему на практике, то сейчас туристической индустрии во всем мире требуются профессионально подготовленные кадры.

Туризм – такой же бизнес, как и любой другой. И в этой сфере нужны профессиональные кадры разного уровня – от секретаря до управляющего. Поскольку туристическая деятельность тесно связана с работой с людьми, очень важно, чтобы все сотрудники могли заменить друг друга. Менеджеры туристической сферы должны уметь составлять разнообразные групповые и индивидуальные туры, четко отслеживая предложения и спрос. Менеджерами по работе с клиентами могут быть только очень терпеливые люди: ведь им приходится рассказывать одно и то же по несколько раз в день и предупреждать желания каждого клиента. Кроме того, нужно быть хорошим психологом, чтобы найти подход к каждому.

Менеджеры направлений и туров, как правило, специализируются только на определенных странах или видах туров (например, VIP-поездки или экстремальный туризм). Работа в службе бронирования требует четкости, быстроты реакции, коммуникабельности и, конечно, отличного знания дела. В небольших турфирмах менеджеры заняты всем понемногу: и турами, и бронированием, и оформлением виз и страховок. В крупных компаниях каждым из направлений занимается отдельный менеджер или группа менеджеров. Без специальной подготовки очень трудно разобраться во всех аспектах туристской индустрии.

Сегодня в России работает около десяти тысяч турфирм и их число растет год от года пропорционально спросу на подобные услуги. А в сезон

почти в каждом турагентстве есть открытые вакансии менеджеров. Доля тех, кто не имеет специального образования, все еще составляет около 70%, но работодатели считают, что такое положение вещей не вечно: им требуются профессиональные кадры.

Совмещение теории и практики – основная черта обучения туризму и гостеприимству. Во многих школах за границей на практику отводится столько же времени, сколько на изучение теории.

В России профессия менеджера по туризму долгое время была окружена ореолом романтики. Дальние страны, работа с иностранными туристами, интересные путешествия... Сегодня отношение к профессии изменилось. Все чаще люди, выбирающие эту сферу, понимают, что экзотики здесь совсем немного, они должны обладать определенным набором личностных и профессиональных качеств и быть морально готовы к тяжелой, нервной работе.

В последние годы в вузах нашей страны популярным стало открывать отделения туризма, где готовят и в дальнейшем выпускают состоявшихся специалистов данной специальности. Изучение запросов рынка труда и определило выбор специальностей и направлений подготовки, по которым осуществляется обучение кадров сферы туризма и гостеприимства: «Социально-культурный сервис и туризм», «Туризм», «Менеджмент организации».

Известно, что вторичными потребителями услуг вуза являются работодатели, предоставляющие работу его выпускникам. На своем рабочем месте выпускник применяет полученные им знания, умения, компетенции, реализует себя как специалист (мастер своего дела). Организации, принимающие на работу выпускников вуза, предъявляют определенные требования к качеству их подготовки. Это находит отражение в конкретных заявках с указанием квалификационных требований к будущим работникам, а также в том, что руководители предприятий, представители работодателей участвуют в итоговой аттестации выпускников. Работодатели через некоторый промежуток времени имеют возможность объективно оценивать качество подготовки выпускников по их умению квалифицированно выполнять свои профессиональные обязанности и готовности к профессиональному росту [2, с. 4–18].

Профессия менеджера по туризму, как и любая другая имеет свои плюсы и свои минусы.

Плюсы профессии: работа в одной из самых перспективных отраслей; возможность путешествовать со скидкой или бесплатно; возможность творческой деятельности; возможность быстрого карьерного роста; азарт (обычно в туризме трудятся настоящие фанаты, которые не променяют турбизнес ни на что другое).

Минусы профессии: побывав в огромном количестве стран, часто ни одну из них не удастся посмотреть внимательно; огромная ответствен-

ность; очень стрессовая работа; как правило, работа без отпуска с апреля по октябрь; ненормированный рабочий день и работа в выходные и праздничные дни; большая текучесть кадров.

Работа менеджера по туризму в туристическом агентстве отличается от работы менеджера туроператорской фирмы.

Менеджеры, работающие в компаниях туроператорах разрабатывают туры и маршруты; составляют экскурсионные программы и планы развлекательных мероприятий; бронируют места в гостиницах; выкупают билеты на регулярные авиарейсы и организуют чартеры; ведут переговоры с принимающей стороной; занимаются оформлением страховок и виз; формируют пакеты туров; заключают договоры с турагентствами; участвуют в проведении рекламных кампаний при возникновении конфликтных ситуаций связываются с представителями принимающей стороны и стараются разрешить их в пользу клиента [3, с. 24].

В компаниях-туроператорах каждый сотрудник отвечает за определенный вид работы: оформление виз, бронирование мест, заказ питания, оформление страховых полисов и т.п. Подобные несложные операции по силам даже менеджерам с минимальным опытом. А такое ответственное дело, как, например, разработка нового направления, организация чартерных перевозок доверяют только специалисту, имеющему солидный багаж знаний и хорошую профессиональную репутацию. В многочисленных региональных туристических агентствах задача менеджеров другая – продать готовый турпродукт, привлечь и удержать как можно большее число клиентов. Менеджеры турагентства – связующее звено между клиентами и туроператорами. Именно им клиенты звонят по всем возникающим вопросам.

В обязанности менеджера турагентства входит прием звонков; консультирование клиентов (в том числе по телефону); исследование рынка и подбор тура в соответствии с запросами клиента; взаимодействие с менеджерами туроператорских компаний; оформление договора с клиентом.

Некоторые туристические компании совмещают агентские и операторские функции. Обычно это небольшие фирмы, которые изначально создавались как агентства, но со временем стали разрабатывать и собственные продукты.

Что касается карьеры менеджера, то в туроператорских фирмах возможностей ее сделать несколько больше, зато в небольших туристических агентствах свои таланты можно раскрыть быстрее, но начинать путь в профессии придется со скромной должности помощника менеджера или даже курьера. Специалисту в области туризма необходимы знания по ресурсоведению, по состоянию и динамике рынка, маркетингу, менеджменту. Необходимо знать технологические особенности проектирования, подготовки,

разработки и предоставления туров, особенности их тематического содержания. Нужны также знания по технологии производства и предоставления отдельных видов туристских услуг, учет разнообразия и особенностей подготовки различных типов и видов туристских программ. Все это требует огромных практических навыков.

На сегодняшний день в нашей стране существует немало проблем в процессе обучения и подготовки кадров в сфере туризма. Одна из них заключается в том, что обучение студентов по туристским специальностям чаще всего проводится только на уровне теории, хотя она имеет далеко не решающее значение в данной профессии. Студентам катастрофически не хватает практических навыков, которые могут дать только практики, обучающие стажировки и тренинги.

До начала 1990-х гг. в нашей стране не функционировало ни одного вуза, готовящего профильные кадры для туристской отрасли. Поэтому второй серьезной проблемой цивилизованного развития туризма в России можно с полным основанием считать недостаток квалифицированно подготовленных кадров. Это подтверждает необходимость организации и совершенствования специального туристского образования, подготовки квалифицированных кадров, способных поднять российский туризм до высот международного уровня посредством оптимального проектирования учебного процесса и современного комплекса учебно-методической литературы.

Повышение эффективности подготовки профессиональных кадров туристской квалификации в значительной степени обусловлено взаимосвязями с практической деятельностью, технологическими процессами современного туроперейтинга. Программа обучения и проектирование учебников должны учитывать особенности туристского рынка, реагировать на динамику туристского рынка и ориентироваться на функции туристской организации на рынке туристских услуг. Современная модель профессионального туристского образования сформирована на основе многоуровневой, территориально распределенной системы непрерывной подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров и опирается на следующие принципы:

- 1) ориентированность на практическую подготовку специалистов с учетом лучших мировых стандартов;
- 2) учет запросов работодателей, их квалификационных требований; компетентностный подход;
- 3) предоставление студентам возможности выбора индивидуальной образовательной траектории, обеспечение непрерывности и многоуровневости программ;
- 4) получение «двойного» диплома и дополнительных квалификационных сертификатов;

5) применение современных информационных и образовательных технологий в обучении;

б) сертификация образовательных программ на основе международных стандартов качества.

Однако реализация этой модели профессионального туристского образования в России, нацеленного на обеспечение туристской отрасли квалифицированными конкурентоспособными кадрами, сдерживается по ряду причин: отсутствие единой федеральной системы мониторинга и прогнозирования потребностей в профессиональных кадрах для сферы туризма; отсутствие единой статистической базы данных по численности обучающихся и выпускников учебных заведений начального, среднего и высшего профессионального образования, проходящих подготовку по направлениям, специальностям и специализациям для сферы туризма; несовершенство нормативно-правовой базы; отсутствие комплексной системы оценки (сертификации, аттестации) персонала и руководителей предприятий сферы туризма, стандартов их профессиональной деятельности, отраслевых квалификационных уровней; недостаточная эффективность системы подготовки и повышения квалификации профессорско-преподавательского состава учреждений профессионального образования, осуществляющих подготовку кадров для сферы туризма.

Остается ряд нерешенных проблем, связанных с качеством подготовки специалистов. Среди них, прежде всего, следует назвать неостребованность работодателями выпускников профильных вузов из-за отсутствия у них практических навыков и должных знаний по конкретным специализациям. Работодатели отмечают чрезмерную академичность профильного высшего образования при недостатке необходимых компетенций.

Следующая проблема, требующая решения, связана с возрастанием потребности в формировании квалифицированного профессорско-преподавательского состава вуза, обладающего современными профессиональными знаниями и опытом практической работы в отрасли. Мало привлекаются наиболее подготовленные работники туристской индустрии к проведению мастер-классов, чтению лекций и проведению семинаров, участию в научно-практических конференциях, научных исследованиях по проблемам туризма, руководству различного вида практик на предприятиях туризма.

Третья проблема обусловлена потребностью учебных заведений в адекватном методическом обеспечении образовательного процесса, освоении инновационных технологий профессионального образования, внедрении методов и средств дистанционного обучения.

Четвертая проблема, назревшая в вузах, готовящих кадры для туристской сферы, затрагивает программы переподготовки и повышения

квалификации специалистов, реализуемые в системе профессионального туристского образования. Эти программы не дают слушателям необходимых современных практических профессиональных знаний и навыков, носят формальный характер, в должной степени не связаны с программами корпоративного обучения кадров, существующими на предприятиях туристской индустрии.

Анализ закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» показал, что нормы, касающиеся подготовки кадров для сферы туризма часто носят декларативный характер: ст. 4 только устанавливает, что «государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется путем... содействия кадровому обеспечению в сфере туризма» [4, с. 3]. Отсутствие комплексного системного подхода к регулированию кадровых вопросов развития туристской индустрии на федеральном уровне негативно отражается и на законодательстве о туризме в субъектах Федерации. До сих пор отсутствует правовое регулирование участия работодателей в системе профессионального обучения кадров, не предусмотрено государственное стимулирование участия бизнеса в финансировании подготовки высококвалифицированных специалистов туристского бизнеса.

Подытоживая все сказанное, мы должны отметить, что туристское образование представляет собой сложный, постоянно совершенствующийся механизм, позволяющий активно внедрять инновационные программы для подготовки туристских кадров и использовать зарубежный опыт. Реализация системы подготовки кадров для индустрии туризма в условиях Болонского процесса становится весьма эффективной, поскольку позволяет активно использовать весь потенциал европейского опыта подготовки туристских кадров. В этой связи необходимо создавать правовые, организационные и материальные условия для обеспечения мобильности студентов и преподавателей, активно развивать программы «двух дипломов» на уровне бакалавриата и магистратуры с признанными зарубежными вузами.

Библиографический список

1. Закон Российской Федерации «Об образовании» от 10.07.1992 № 3266-1 (ред. от 17.06.2010).
2. Божук С.Г. Маркетинговые исследования, основные концепции и методы / С.Г. Божук. СПб.: Вектор, 2007.
3. Тарелкина Т.Ф. Подбираем менеджеров по-научному // Турбизнес. 2006. № 9.
4. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» от 24.11.1996 № 132 (ред. от 28.06.2009).