

УДК338.62

Л.К.Комарова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ МОДЕЛИ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ ТУРИНДУСТРИИ

В последние годы одной из важнейших статей отечественной торговли услугами является международный туризм. В 2004 г. эта статья платежного баланса составила 30% всего экспортно-импортного оборота в сфере услуг (почти 21 млрд долл США). Удельный вес России в мировом экспорте и импорте туристических услуг находился в 2003 г. на уровне 0,9% экспорта (25-ое место в мировой иерархии) и 2,5% импорта (10-е место). В 2004 г. экспорт туристических услуг вырос в 1,5 раза по сравнению с 2001-м и в 1,7 раза вырос импорт [1].

В последние годы в научной литературе и в документах международных организаций все чаще используется такое понятие как «человеческий потенциал» или «человеческий капитал», т.е. воплощенный в человеке запас способностей, знаний, навыков и мотиваций (в туризме - персонал турорганизаций). Исследования, проводившиеся в 1997 г. в рамках Программы развития ООН, выявили, что в среднем по странам 65% всего богатства мирового сообщества приходится на долю человеческого потенциала государств мира (в России этот показатель равен 7%).

Всемирный совет по путешествиям и туризму обращает внимание на то, что одним из факторов, мешающих развитию туристской отрасли, является нехватка квалифицированного персонала, имеющего специальную подготовку. В связи с этим Всемирная Туристская Организация (ЮНВТО) разработала методологию «Качество Туристского Образования» (Tourism Education Quality – TEDEQAL). Главная цель этого проекта – определить существ-

ующие пробелы между ожиданиями предпринимателей и профессионалов в туризме и результатами, к которым приводят системы обучения в вузах специалистов сферы туризма во всем мире.

Университетом Дж.Вашингтона (США) под эгидой ЮНВТО проведен анализ состояния дел в области подготовки специалистов для туризма на базе 12 секторов туристской индустрии, 4 профессиональных уровней и 6 регионов мира [2].

Всю мировую индустрию туризма охватывают 12 специфических секторов: 1) отели и курорты; 2) фирмы по органи-

зации розничной реализации туров; 3) оптовые туры; 4) туристский маркетинг; 5) ресурсы культуры; 6) природные ресурсы; 7) туристская администрация; 8) туристский транспорт; 9) конференции и соревнования; 10) развлечения и аттракционы; 11) еда и напитки; 12) прочее (консультанты и т.д.).

По мнению исследователей, чтобы отразить реальную ситуацию в мировом туризме, необходимо включить в исследование существующие 4 профессиональных уровня специалистов турииндустрии:

персонал переднего края (FLP) – служащие, непосредственно взаимодействующие с

Отклики, показывающие степень удовлетворения предпринимателей профессиональными знаниями и умениями своих работников

№	Сфера подготовки	FLP	SPV	MLM	HLM
1	Коммуникативные умения	2,6	3,0	3,3	3,7
2	Знание делопроизводства	2,5	3,0	3,7	3,9
3	Маркетинг	2,8	2,7	3,3	4,0
4	Администрирование	2,6	2,8	3,3	3,5
5	Знание правовых вопросов	2,3	2,7	3,5	3,7
6	Маркетинговое прогнозирование	2,9	3,0	3,5	3,9
7	Знание особенностей и тенденций туристской индустрии	2,0	2,5	3,3	3,7
8	Стратегическое планирование	2,3	2,5	3,5	3,7
9	Технологическая подготовка	2,2	2,4	3,5	3,7
ТЕХНИЧЕСКИЕ СВЯЗИ					
10.	Знание компьютера	2,9	3,0	3,1	3,1
11	Знание иностранных языков	2,9	3,0	2,9	3,2
ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА					
12	Функционирование в многокультурологическом пространстве	3,1	3,3	3,6	4,1
13	Мотивация и инициативы	2,5	3,0	3,3	4,0
14	Контроль	2,0	3,3	3,6	3,7
15	Обучение других служащих	2,2	2,9	3,4	3,9
16	Работа в команде	2,9	3,0	3,2	4,0
17	Верность компании	2,7	3,2	3,6	3,3
18	Корректное дружелюбное поведение	3,2	3,3	3,8	3,7
19	Способность работать системно	2,3	2,8	3,3	3,8
20	Гибкость	2,4	3,0	3,5	3,6
21	Способность принимать решения	3,2	3,4	3,8	4,0
22	Сводные показатели на профессиональном уровне	2,7	2,8	3,3	3,7

Интервал изменения оценок от 1 – неудовлетворительно до 5 – отлично

клиентом (официанты, секретари, портье и т.д.);

инспекторы (SPV) – служащие, которые распоряжаются группой работников, но не отвечают за весь отдел в целом (метрдотель, сестра-хозяйка и т.д.);

среднее звено управления (MLM) – персонал, отвечающий за весь отдел (менеджеры по PR, менеджер по кадрам и т.д.);

высшее звено управления (HLM) – персонал с полномочиями принятия стратегических решений (менеджеры по региональному туризму и т.д.).

В России совместными усилиями иностранных и российских экспертов на основе унификации с современными европейскими требованиями и с учетом российской специфики были разработаны «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии», утвержденные Постановлением Министерства труда и социального развития РФ в 1999 г. и действовавшие до 2001 г. В соответствии с этим документом можно провести аналогию с перечисленными профессиональными уровнями в России.

Из приведенной таблицы [2, с.258] видно, что степень удовлетворенности колеблется на уровне, соответствующем

оценкам от 2,0 до 4,1.

Обратимся теперь к исследованиям отечественных специалистов. Принимая точку зрения Ю.А.Сыромятниковой [3], процесс деятельности специалиста туринастрии можно рассматривать как интеграцию 4-х конкретных процедур и операций. Если каждой из них поставить в соответствие позиции таблицы, показывающей степень удовлетворения предпринимателей знаниями и умениями своих работников и вывести среднюю оценку по каждому процессу, то получится следующее:

социальный процесс (по целям и задачам) – позиции таблицы 5, 7, 11, 12 (разброс показателей от 3,0 до 3,7; в среднем по процессу 3,3);

психологопедагогический процесс (по форме) – позиции 13, 15-18, 20 (показатели от 3,4 до 3,6; в среднем – 3,4);

организаторский процесс (по функциям) – позиции таблицы 2, 4, 14, 19, 21 (разброс показателей от 3,2 до 3,7; в среднем – 3,4);

профессиональный процесс (по связи и влиянию на объект) – позиции таблицы 1, 3, 6, 8, 9, 10, 22 (показатели от 3,2 до 3,5; в среднем по процессу 3,3).

Полученные данные касаются только специалистов трех

профессиональных уровней: SPV, MLM и HLM, которые должны пройти подготовку в высшей школе.

Из приведенных данных можно сделать вывод о том, что социальный и профессиональный процессы, с точки зрения предпринимателей, обеспечиваются профессиональной подготовкой в ВУЗе в меньшей степени, чем психологопедагогический и организаторский. Самая слабая позиция, относящаяся к социальным процессам, это знание иностранных языков. В профессиональном процессе слабые позиции в области стратегического планирования и технологической подготовленности.

Последовательно анализируя каждую позицию сферы подготовки, определяющую конкретные процедуры и операции, образующие процесс деятельности специалиста в области туринастрии, мы получаем механизм корректировки и управления моделью подготовки специалиста в области туринастрии. Методы интенсификации достаточно хорошо разработаны педагогической наукой и представляют собой комплекс психологопедагогических приемов, некоторые из которых применительно к туринастрии представлены в работе [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Седов К.В. Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. – М.: Экономика, 2005. 270с.
2. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира. – К.: МАУП, 2004. 399с.
3. Сыромятникова Ю.А. Концептуальный подход к моделированию профессиональной деятельности специалистов. Труды Шестой Международной научно-практической конф. «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития». 22-23 марта 2004 года. Выпуск I. – М.: МГУ сервиса, 2004. 216с.
4. Комарова Л.К., Павлова Т.Л. Интенсификация процесса обучения в вузе как фактор профессионального становления будущего специалиста туристской индустрии. Труды VIII международной научно-практической конференции «Экономика. Сервис. Туризм. Культура» (ЭСТК – 2006). – Барнаул: Алтайский государственный технический университет, 2006.

□ Автор статьи:

Комарова

Лидия Константиновна

–доц. каф. «Мировая экономика и туризм». Сибирский государственный университет путей сообщения