

Секция 39
«Тенденции подготовки
профессиональных кадров для
индустрии туризма и сервиса»

Содержание:

Зеленцова Э.Ш. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА ПО СЕРВИСУ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УНИВЕРСИТЕТА.....	3190
Лапшина А.Г. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.....	3194
Лучко Н.В. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЧНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА И СЕРВИСА.....	3198
Попович Е.А., Сафонова Л.С. АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТИ В КАДРАХ ДЛЯ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА Г. ОРЕНБУРГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УНИВЕРСИТЕТА.....	3201
Прытков Р.М. РАЗВИТИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ И МОТИВАЦИИ У СТУДЕНТОВ - БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ В УНИВЕРСИТЕТЕ.....	3204
Сай А.В. КРИТЕРИИ И УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ В УНИВЕРСИТЕТЕ.....	3213
Шестакова Е. В. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ТУРИЗМА.....	3218

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА ПО СЕРВИСУ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УНИВЕРСИТЕТА

Зеленцова Э.Ш

Оренбургский государственный университет

В условиях почти полной идентичности товаров по качеству и эксплуататорским свойствам единственным, реальным конкурентным преимуществом становится сервис. Особую роль клиентский сервис начинает играть в работе компаний, работающих в сфере услуг. Новейшие технологии маркетинга сервиса дают уникальные преимущества в жесткой конкурентной среде.

Сервис относится к абстрактным категориям, управление которыми является более сложным из-за не очевидности краткосрочных и долгосрочных результатов

Управление сервисом требует перестройки всей корпоративной культуры предприятия так, чтобы обеспечивать регулярность и единообразие применяемых усилий.

Сервис – это совокупность индивидуальных для компании норм и правил, которые нужно уметь разработать и внедрить в максимальном соответствии ожиданиям клиентов и со значительным превосходством над конкурентами, только тогда это будет являться достоинством.

Совершенно понятно, поэтому, что не только сервисные центры, но и все достаточно крупные кампании имеют в штате единицу «Представитель компании по обслуживанию клиентов», обязанностью которого является предоставление спектра услуг клиенту. Квалификация сотрудника на эту должность должна отвечать особым требованиям:

инициативность: решение вопросов до того, как они становятся проблемой;

скорость реагирования: немедленная и эффективная реакция, направленная на решение проблемы;

умение строить взаимоотношения с клиентом: тщательно выработать дружелюбный, вежливый и тактичный подход к клиенту;

чувствительность: понимание нужд и ожиданий клиента;

объективность: уважение к другим и справедливое отношение к ним;

неподверженность к стрессу: способность эффективно работать в стрессовых условиях;

гибкость характера: способность воспринимать критику адекватно, без обид;

умение найти положительное решение возникших проблем;

позитивность: иметь позитивный настрой к решению возникающих проблем.

Норма в профессиональной этике — это главное, это первооснова высокого профессионализма. Соблюдение моральных норм, исторически

сложившихся в рамках отдельного вида профессиональной деятельности, есть условие и требование времени.

Совокупность норм создает целостное единство, которое называется профессиональной моралью. Возникнув исторически, профессиональная мораль стала определенной духовной реальностью, обладающей относительной самостоятельностью. Она начинает жить по собственным законам и превращается в объект осмысления, изучения, анализа, усвоения, становится силой, определяющей поведение представителей той или иной профессии.

Профессиональная этика — это те специфические особенности нравственных норм профессиональной деятельности, которые направлены непосредственно на человека в тех или иных условиях его профессиональной и служебной деятельности. Для каждой профессии особое значение имеют те или иные профессиональные моральные нормы, складывающиеся исторически.

Профессиональные моральные нормы — это руководящие начала, правила, образцы, эталоны, порядок внутренней саморегуляции личности на основе идеалов, которые выводят ее из-под давления конъюнктуры, ориентируют на непреходящее и высокое.

Профессиональные моральные нормы отражают сущность нормативной этики.

В структуру (состав) нормативной этики входят: а) набор (или система) определенных ценностных положений (принципов, норм, оценок), б) набор (или система) доводов, аргументов в защиту данных ценностных положений, в) философская (или религиозная, или научная) картина мира и человека как основание для такого рода аргументации.

Не существует моральной практики без морального сознания, не существует отдельно принципов профессиональной этики и этики общечеловеческой. Общая и профессиональная этика связаны как целое и часть, т. е. профессиональная этика является конкретизацией положений общей этики в сфере профессиональной деятельности. Например, один из основных законов морали — так называемое «золотое правило нравственности» — формулируется, как правило, взаимности: «Поступай по отношению к другим так, как ты хотел бы, чтобы другие поступали по отношению к тебе». Если мы обратимся к конкретному виду профессиональной деятельности, например, сфере сервиса, то в отношении к клиенту это правило будет звучать так: «Относись к клиенту так, как ты хотел бы, чтобы сотрудник фирмы относился к тебе». Переформулируйте его для партнеров, обществу.

Таким образом, многие принципы этики направлены, прежде всего, на координацию и гармонизацию интересов всех сторон.

В профессиональную деятельность человек вовлекается с его субъективным миром чувств, переживаний, стремлений, нравственных оценок, со своим мировоззрением. Все это он привносит в свою деятельность, накладывая на нее свой особый индивидуальный отпечаток. Одни и те же профессиональные обязанности выполняются разными людьми по-разному. В этом можно видеть очень важную закономерность — слияние норм общей (универсальной) и профессиональной этики в индивидуально-субъективной

практике. Задача профессионала высокого уровня состоит в том, чтобы гармонично сочетать свои личные моральные ценности с ценностями, принятыми за норму в профессиональном кругу. Не должно быть конфликта между двумя мирами.

Среди многообразных ситуаций в профессиональных отношениях выделяются наиболее типичные, которые и характеризуют относительно стабильную социально-нравственную атмосферу в организации. А это в свою очередь обуславливает специфику поступков людей, своеобразие их поведения.

Рассмотрим типичную ситуацию, часто возникающую в сфере гостеприимства. Работники (чаще — женщины) отдела приема гостей в отеле заняты оживленным интересным разговором об общих знакомых, с которыми совместно провели воскресный отдых. Входит вновь прибывший гость, но женщины не обращают на него внимания, продолжая свой разговор или с неохотой поворачиваются к клиенту, как бы осуждая его за то, что он помешал интересному разговору.

Этот пример как нельзя лучше иллюстрирует состояние дел в сфере сервиса и представляет важную проблему, которую нужно решить при профессиональной подготовке работников сервиса. На этом примере можно проследить формирование особых нравственных установок, соответствующих характеру профессии и требующих от специалиста соблюдения определенных для данной профессии норм этики и этикета.

Главной общей чертой, объединяющей виды профессиональной этики, в рамках которых специалисты имеют дело с человеком, обратившимся к ним с целью удовлетворения своих потребностей, является то, что они все должны обязательно следовать принципам гуманистической этики. Главным объектом профессиональной деятельности в СКС и туризме является клиент с его индивидуальными потребностями и запросами.

Профессиональная этика в сфере сервиса предполагает выполнение определенных этических принципов, которые обусловлены необходимостью нести в процессе профессиональной деятельности дополнительную ответственность, связанную с профессиональными обязанностями.

Принципы – это «...абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, верно, формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к чему-либо». Сотрудник организации сервиса должен в своей работе придерживаться следующих принципов:

Принцип беспристрастности в отношении клиента и стремления к объективности при принятии различных решений.

Принцип ориентированности на клиента, заботы о нем.

Принцип точного исполнения профессиональных обязанностей.

Принцип проявления уважения к своей профессии и к людям, с которыми приходится вступать в контакт при выполнении профессиональных обязанностей.

Принцип стремления к совершенствованию своей профессиональной деятельности.

Принцип конфиденциальности, неразглашения личной информации, полученной в процессе профессиональной деятельности.

Принцип избегания потенциальных и явных конфликтов между сотрудниками, с руководством и в особенности с клиентом.

Эти нормы профессиональной этики помогают успешному решению задач профессии. В профессиональной этике осуществляется баланс между интересами общества, которые выступают в качестве требования необходимого выполнения общественных задач и целей, и интересами представителей определенной профессии. С помощью профессиональной этики происходит преемственность этических норм от одного поколения специалистов к другому, приспособление нравственной составляющей профессии к моральным требованиям общества.

Исходя из этого, в профессиональной этике важно не только конкретное поведение специалиста, но и уровень развития его морального сознания и практика его отношений с разными людьми. Поскольку в сервисе все строится на отношениях с людьми, то последнее будет особенно актуальным. Главное – это те принципы, которыми руководствуется профессионал, строя свои отношения с клиентами, сослуживцами, как он относится к обществу в целом и природе, которая его окружает. Основным принцип – это уважение другой стороны. Еще один из основных принципов – это принцип доверия, который предполагает, что специалист ведет обслуживание на основе авансирования доверием, т.е. заранее ориентируется на положительные качества своего клиента. Кроме того, к актуальным принципам в СКС относятся: принцип лояльности, толерантности, объективности, уважительного отношения и моральной ответственности, которые сегодня еще недостаточно развиты у работников сферы сервиса.

Любой из этих принципов можете проиллюстрировать по отношению к разным категориям субъектов примером из сферы туризма, гостиничного обслуживания или культурного сервиса.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

**Лапшина А.Г.
ДФ РМАТ, г. Дмитров**

Туризм – это одна из наиболее перспективных и динамично развивающихся сфер современного бизнеса. В современном мире с его процессами глобализации и информатизации туризм является средством максимально полного использования всех накопленных человеком культурно-исторических ценностей и рекреационных ресурсов. Вследствие социального, политического и экономического прогресса, туризм стал доступен широким слоям населения, что в свою очередь привело к развитию всей инфраструктуры туризма.

Наиболее актуальной на текущий момент является проблема профессиональной подготовки кадров в индустрии туризма. В настоящее время в туризме наблюдается большой дефицит высококвалифицированных кадров. Многие компании, связанные со сферой туризма, сталкиваются с таким препятствием на пути развития бизнеса как уход сотрудников, «текучка» кадров. Отрасль нуждается в притоке молодых компетентных специалистов. Вступление России во Всемирную торговую организацию (ВТО) ставит перед системой подготовки профессиональных кадров для индустрии туризма задачи, которые связаны с удовлетворением текущих потребностей экономики страны в квалифицированных специалистах с учетом интеграции Российской Федерации в мировое экономическое пространство, т.е. с учетом уже принятых международным сообществом дополнительных требований к функционированию туристской индустрии.

Возможности существующих в настоящее время учебных заведений, готовящих специалистов для индустрии туризма, которая включает в себя гостиничный и ресторанный бизнес, ограничены, в результате чего с трудом обеспечиваются потребности отрасли в кадрах среднего и низшего звена требуемой квалификации. Статистические данные показывают, что кадровый дефицит в отрасли среди руководителей среднего звена достигает 50%. Особенно не хватает специалистов узкой квалификации, требующей знания специфических программ, обладания специфическими навыками. При этом качество подготовки кадров для индустрии туризма нередко не соответствует принятым в настоящее время образовательным требованиям. У выпускников отмечается:

- низкая профессиональная компетентность,
- недостаточное знание иностранных языков,
- низкий уровень компьютерной подготовки,
- отсутствие практических навыков (т.к. в учебных планах отводится недостаточное количество часов для развития профессиональных навыков),

- неадекватная личная мотивация студентов, которые не имеют представления о том, по каким критериям происходит подбор кадров (собеседование, конкурс, психологическое тестирование, внешние данные).

Вследствие этого, как правило, при устройстве на работу требуется «доучивание» выпускников туристских (и не только!) вузов на рабочих местах по соответствующим должностям. Молодых специалистов направляют на специальные курсы повышения квалификации, которые нередко создаются непосредственно самими предприятиями туристской индустрии. Работодатели отмечают, что только после прохождения соответствующего обучения «на месте» молодой специалист может качественно и в полном объеме выполнять должностные обязанности, предусмотренные квалификационными требованиями.

Поэтому, для формирования конкурентоспособного кадрового потенциала необходимо, во-первых, существенно повысить качество образования в туризме, в связи с чем следует разрабатывать единые стандарты, правила сертификации и аккредитации для усиления существующих учебных программ и создания новых систем образования и подготовки кадров. Особо следует отметить, что разрабатывать образовательные стандарты необходимо в тесном сотрудничестве педагогов и профессионалов туристской деятельности (как, например, это принято во Франции). Помимо этого в 2003 году произошло вступление России в Болонский процесс, которое повлекло за собой принятие обязательств наряду с другими странами Европы относительно построения до 2010 года единого образовательного пространства. Целесообразно широко использовать методический опыт и учебные программы профильных зарубежных учебных заведений, которые в течение многих лет успешно работают на образовательном рынке в Европе. Таким образом, необходимо обобщение теоретических идей, практического опыта работы и тенденций развития высшего профессионального образования по туризму, с тем, чтобы выбрать стратегию вовлечения российской высшей школы, науки и отрасли в процессы глобализации туризма и мировой экономики.

Во-вторых, подготовка высококвалифицированных кадров должна базироваться на концептуальных основах системы профессионального образования с учетом региональных особенностей, ввиду того, что по причине отсутствия в России единого туристского пространства, тенденция развития отрасли такова, что многие функции управления и регулирования туристской деятельностью осуществляются в регионах. Национально-региональный компонент содержания профессионального образования по туризму включен в основном в дисциплины гуманитарного, социально-экономического, естественнонаучного и общего профессионального циклов государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, при этом наблюдается отсутствие разработанного национально-регионального компонента для дисциплин специализации, которые в итоге и определяют территориальную и отраслевую специфику подготовки специалистов индустрии туризма. Помимо этого следует также отметить, что понятие

региональной специфики по объему шире, чем содержание регионального компонента и осуществить все это на практике будет довольно сложно.

В-третьих, необходимо обеспечение многоступенчатой, непрерывной системы подготовки и повышения квалификации кадров для индустрии туризма, основной целью которой будет интеграция образования и практики. Обеспечение взаимосвязи образовательного процесса и практики позволит в ходе учебного процесса отрабатывать производственные навыки непосредственно на рабочих местах, потому что на данном этапе наблюдается ситуация оторванности учебного процесса от современных методов работы организаций, вовлеченных в туристский, гостиничный и ресторанный бизнес. В настоящее время работа учебных заведений не ориентирована на отраслевой заказ; игнорируются как качественные, так и количественные нужды отрасли. Взаимодействие же учебных заведений с организациями, работающими в данной отрасли, позволит сформировать целевой заказ на подготовку необходимых специалистов. Известно, что зарубежные учебные заведения выгодно отличаются от российских тем, что у них обязательно есть заказчики (в виде гостиниц, ресторанов, турфирм), которые вместе с учебными заведениями работают на учебными программами и планами.

В-четвертых, говоря о качестве подготовки специалистов, кроме современных образовательных стандартов важной проблемой является подготовка и постоянное повышение квалификации преподавательского состава. Для этого высшим учебным заведениям необходимо работать над установлением сотрудничества, контактов, взаимодействий с различными предприятиями туристской направленности (гостиницами, ресторанами, турагентствами, другими учебными заведениями и пр.) в форме встреч-семинаров, круглых столов, посвященных актуальным проблемам развития отрасли, что поможет сориентировать образовательные программы на нужды туристских предприятий.

В-пятых, необходимым условием подготовки профессиональных кадров является наличие современного материально-техническое оснащения высших образовательных учебных заведений, которое в настоящее время не всегда находится на должном уровне. Устаревшая материально-техническая база образовательных заведений и отсутствие тесных связей с организациями, работающими в индустрии туризма, не позволяют обеспечить подготовку кадров необходимой квалификации, владеющих новейшими технологиями в сфере обслуживания.

Таким образом, в настоящее время в отечественной системе образования большое внимание уделяется повышению качества подготовки профессиональных кадров. Повышение качества подготовки профессиональных кадров зависит от множества факторов. К основным следует отнести: уровень развития отрасли, соотношение национального образования с региональным и мировым, наличие квалифицированных преподавательских кадров и современной материально-технической базы.

Для совершенствования туристского образования, прежде всего, необходимо скорректировать уже существующие и создать новые

образовательные стандарты, которые будут отвечать потребностям отрасли и значительно расширят объем специализированных дисциплин и практических занятий. Несомненно, и то, что состав преподавательских кадров должен быть существенно изменен в направлении привлечения практических работников из туристской индустрии с целью повышения уровня преподавания специализированных дисциплин. Помимо этого необходима разработка критериев и внедрение системы рейтинговой оценки профильных учебных заведений, которые позволят обеспечить молодежь достоверной информацией о состоянии рынка образовательных услуг в сфере туризма.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЧНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Лучко Н.В.

Оренбургский государственный университет

Социально-культурный туризм и сервис – сфера деятельности, которая в настоящее время создает каждое восьмое новое рабочее место в нашей стране. В связи с этим вопрос о подготовке специалистов для туристской отрасли приобретает все большую актуальность.

Конкурентоспособность специалистов в туризме сегодня определяется полученными ими навыками и компетенциями в сфере информационных технологий, иностранных языков, ряда социально-экономических дисциплин, экономической и организационно-управленческой деятельности.

В настоящее время существует много работ, монографий, статей, исследований в области изучения конкурентоспособности личности будущих специалистов, в частности специалистов в области туризма и сервиса. Но, не смотря на это, проблема развития конкурентоспособности личности остается актуальной.

Современное общество испытывает острую потребность в конкурентоспособных специалистах, но согласно сложившимся стереотипам и статистическим данным выпускники вузов, зачастую не готовы к профессиональной деятельности по ряду причин.

Государством, исходя из тенденций мирового развития, определены следующие требования к конкурентоспособным молодым специалистам:

1) готовность к выбору, предполагающая осведомленность о потенциальных возможностях, опыт такого выбора и соответствующие сделанному выбору профессиональные знания, умения, навыки;

2) коммуникативность и толерантность, включающие способности к конструктивному общению, терпимость к инакомыслию, ориентацию в других культурах, восприятие чужого опыта;

3) готовность к сотрудничеству, обуславливаемая развитым творческим мышлением, космополитическим сознанием;

4) экономическая эрудированность, способность к обучению, стремление к профессиональному развитию, повышению квалификации (акмеологическая направленность личности).

Проблема формирования конкурентоспособности будущих специалистов экономического профиля является одной из насущных проблем, стоящих перед высшей школой в период происходящей, в контексте экономического кризиса в России, модернизации образования. Сегодня, когда предложение рабочей силы значительно превышает спрос, только конкурентоспособный специалист востребован на рынке труда.

Рыночные условия, а также расширение и качественное изменение поля деятельности современного специалиста-выпускника вуза требует от учебного

заведения значительного повышения качества его образования, выводя на первый план такую характеристику выпускника, как «конкурентоспособность».

А.А. Кирсанов отмечает, что высокий уровень конкурентоспособности - важнейшее требование учащегося как грядущего специалиста, который, по сути, описывает степень его профессиональной компетентности.

Конкурентоспособность – изначально категория экономическая, употребляемая при характеристике товаров (услуг); долгое время она нигде, кроме экономики, не использовалась.

В последние годы, в связи с повсеместной коммерциализацией, переходом всего народного хозяйства России на рыночные рельсы, данное понятие стали применять и относительно специалистов. Вполне понятно, что конкурентоспособность специалистов можно определить через понятие конкурентоспособности товаров, поскольку на рынке труда специалисты являются "продавцами" профессиональных знаний, умений и навыков и они конкурируют между собой за рабочие места.

Конкурентоспособность – это социально ориентированная система способностей, параметров и свойств личности, характеризующая её потенциальные способности в достижении успеха (в учебе, профессиональной и непрофессиональной жизнедеятельности), определяющая адекватное личное поведение в динамически изменяющихся условиях, обеспечивающая внутреннюю уверенность в себе, гармонию с собой и окружающим миром.

Конкурентоспособность личности – это интегральная характеристика, представляющая собой совокупность качеств личности, определяющих ее способность осуществлять определенную деятельность эффективнее других, выгодно отличающая его от других участников конкуренции. Конкурентоспособность личности, как значимая профессиональная характеристика, в последнее десятилетие привлекает внимание многих исследователей, и становится предметом изучения различных областей наук.

Конкурентоспособный специалист должен рассматриваться не только как продукт производства учебного заведения, но, в первую очередь, как личность, обладающая определенными качествами.

В данном случае принимается во внимание не только высокий уровень результатов его деятельности, но и способность выстоять и победить в конкурентной борьбе, которая обостряется в условиях кризиса.

Из представленных выше определений можно сделать следующие основные выводы:

- для формирования социально нацеленных свойств личности будущего специалиста в области туризма и сервиса необходимы новейшие, инновационные условия;

- конкурентоспособность будущего специалиста в области туризма и сервиса должна определяться его профессиональной компетентностью, в которой специальные знания совмещаются с навыками общения, а именно, делового общения; знанием иностранных языков; основами личностного роста, самодиагностики и ряда других свойств;

- основой конкурентоспособности личности будущего специалиста в области туризма и сервиса является постоянное стремление к самосовершенствованию;

- немаловажным условием развития конкурентоспособности будущего специалиста в области туризма и сервиса являются соответствующие свойства и качества личности. К ним можно отнести: активность, деловитость, трудолюбие, целеустремленность студентов, общительность, настойчивость, обязательность, дисциплинированность, контактность, инициативность, мобильность, лидерство, внимательность, самостоятельность.

Качество профессиональной подготовки непосредственным образом влияет на конкурентоспособность личности специалистов. Оно оценивается по следующим показателям:

1) качество знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного осуществления профессиональной деятельности;

2) качество личности специалиста, обеспечивающее ему формирование профессиональной (специальной и личностной) компетентности: характеристики профессионального мышления и сознания, профессионально значимые личностные качества, необходимые для реализации разнообразных профессиональных функций);

3) качество знаний, умений и навыков социально-профессионального общения, наличие опыта профессиональной деятельности, поведения и общения.

Таким образом, конкурентоспособность специалиста определяется качеством его личности и качеством его профессиональной деятельности, или, выражаясь акмеологическим языком, профессионализмом личности и профессионализмом деятельности.

В виде заключения необходимо отметить, что существенная роль в формировании конкурентоспособности молодых специалистов принадлежит системе высшего образования.

Образование, полученное в высшем учебном заведении, будет являться для будущего специалиста в области туризма и сервиса лишь одним из этапов профессиональной подготовки, данный этап можно обозначить как первостепенный, основополагающий этап.

Для поддержания конкурентоспособности будущий специалист после окончания вуза должен ставить перед собой цели и выполнять их для реализации потребностей своего личностного роста и профессиональной компетентности.

Таким образом, только наличие способствующих этому качеств личности, а также умений самостоятельно создавать вокруг себя условия, благоприятствующие профессиональному росту и самосовершенствованию при наличии навыков и умений самоанализа, приведут к поддержанию соответствующего уровня конкурентоспособности личности специалиста.

АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТИ В КАДРАХ ДЛЯ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА Г. ОРЕНБУРГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УНИВЕРСИТЕТА

**Попович Е.А., Сафонова Л.С.
Оренбургский государственный университет**

Процесс развития культуры раскрывается во взаимодействии человека с природой и в виде общественного производства. Одна из необходимостей этого взаимодействия - восстановление сил, здоровья, запаса энергии, расширение кругозора и познание мира. Этим процессам и целям отвечает туризм.

К исходу XX столетия туризм стал нормой жизни современного человека. В современном мире туризм является одним из эффективных средств удовлетворения досуговых потребностей населения, и настоящее время приобретает массовый характер. Это произошло благодаря растущей взаимосвязи и взаимозависимости стран в результате открытости границ и увеличения масштабов международной торговли, охватывающей не только обмен товарами и капиталом, но и услугами.

В последнее десятилетие возросла потребность граждан к путешествиям и культурному познанию мира. Так как численность клиентов растет с каждым днем, это привело к закономерному значительному росту числа туристических фирм. На 1 января 2009 года в г. Оренбурге насчитывалось более 90 официально зарегистрированных туристических фирм. А это в свою очередь ведет за собой потребность в высококвалифицированных специалистах данной области знаний.

Кто может нам осуществить самые заветные мечты об отпуске? Почти волшебники – менеджеры по туризму. Они окажут подробную консультацию по турпродуктам, организуют поездку в любую точку земного шара, забронируют билеты и гостиницу, оформят необходимые документы. Помимо этого турменеджеры осуществляют маркетинговые исследования рынка туристических услуг по своему направлению, разработку, подбор и расчет стоимости путешествий.

Существующее состояние подготовки специализированных кадров для сферы туризма и сопутствующих областей характеризуется выпуском 25-35 менеджеров по туризму в год.

Единственным высшим учебным заведением в г. Оренбурге и Оренбургской области, которое занимается подготовкой кадров для социально-культурного сервиса и туризма является Оренбургский государственный университет. И это не смотря на то, что наша область является приграничной зоной с другими государствами.

Постоянное расширение внутреннего и выездного туризма включает детей в эту сферу деятельности. Интерес к поездкам, воспринимаемый изначально детьми лишь как отдых и развлечение, многих из них в дальнейшем приводит к желанию приобрести профессию, связанную с туризмом.

Набор студентов по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» в Оренбургском государственном университете проводится с 2001 года. Изначально данная специальность была закреплена на факультете филологии, а с 2003 года, решением Ученого совета университета, переведена на факультет экономики и управления.

Анализ структуры подготовки кадров социально-культурного сервиса и туризма можно проследить по данным таблицы 1.

Таблица 1 – Структура подготовки кадров социально-культурного сервиса и туризма

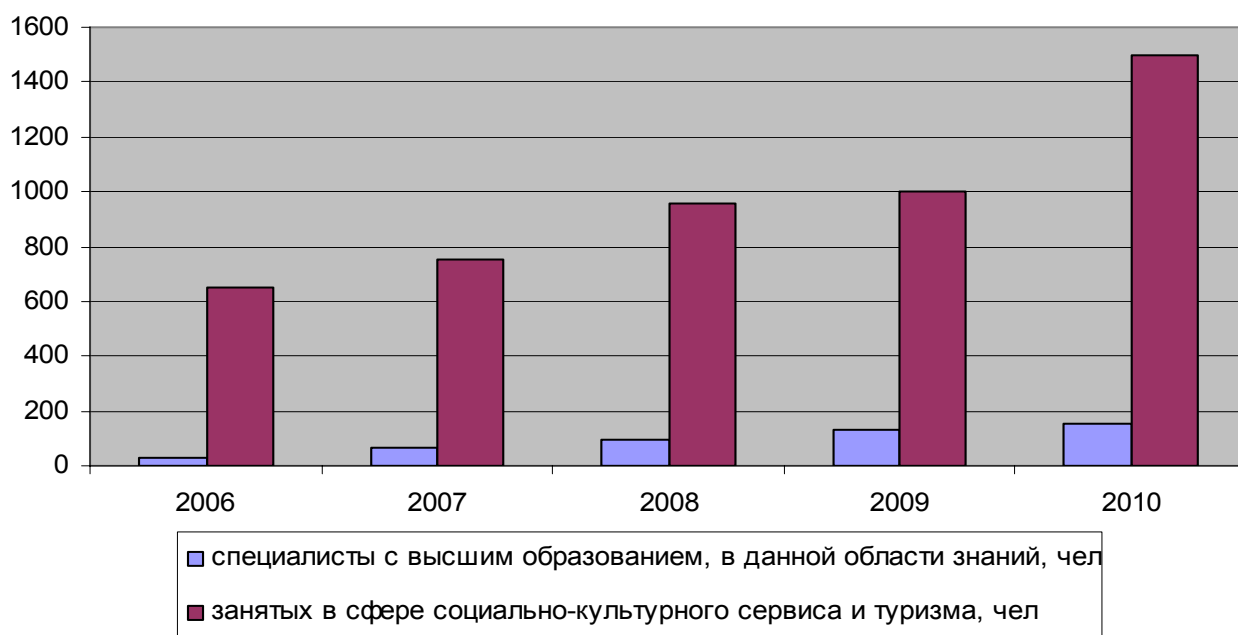
Года	Количество поданных заявлений	План приема (в т.ч. по целевому набору), чел	Количество принятых студентов (в т.ч. на коммерч. основе) на начало учебного года	Контингент выпускников, чел
2001	123	15(0)	30(15)	-
2002	143	15(0)	25(10)	-
2003	157	15(0)	31(16)	-
2004	135	20(0)	38(18)	-
2005	164(2)	19(4)	38(17)	-
2006	191(6)	13(1)	46(28)	29
2007	70	13(3)	41(28)	20
2008	103	13(3)	30(17)	30
2009	-	13(0)	-	37

Из таблицы 1 видно, что данная специальность пользуется популярностью и спросом, это видно и количества поданных заявлений. Суммарный контингент выпускников с 2006 по 2008 год составил 79 человек, и в 2009 году планируется выпуск 37 специалистов.

Число лиц, занятых в сфере туризма, в целом достаточно невелико и, если рассматривать только гостиничное хозяйство и туризм, то в 2008 году в среднем за год здесь было занято всего 960 человек. Тем не менее, это количество можно считать в достаточно близким к оценке общей потребности в кадрах для г. Оренбурга, требующих специального образования в области социально-культурного сервиса и туризма.

В целом число занятых в сфере туризма составит к 2010 году от 1000 до 1500 человек. А контингент подготовленных специалистов социально-культурного сервиса и туризма к тому времени составит около 150 человек. Спрос на специалистов социально-культурного сервиса и туризма более чем в 10 раз превышает предложение. Данная тенденция соотношения выпускников и работников социально-культурного сервиса и туризма представлена на диаграмме 1.

Соотношение выпускников и работников социально-культурного сервиса и туризма



Отсюда ясно, что прием с минимальным планом 13 человек по указанной специальности в 2009 году в Оренбургском государственном университете не решит проблему нехватки кадров данной сферы. Следовательно, необходимо одновременно увеличить плановый прием на специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм», приступить к обучению по этой же специальности (в порядке профессиональной переподготовки, получения второго высшего образования) тех работников сферы туризма, которые уже сейчас в ней работают и имеют высшее образование, но другого профиля. Прежде всего, этому способствует Учебно-методическое объединение учебных заведений Российской Федерации по образованию в области сервиса и туризма Министерства образования и науки РФ (УМО). УМО объединяет учебные заведения государственные, ведомственные, негосударственные и муниципальные. Более 10 лет действует базовый стандарт для подготовки специалистов социально-культурного сервиса и туризма. К своему 20-летнему юбилею УМО подходит с большим очередным достижением - созданием стандарта по специальности «Туризм» третьего поколения. И в связи с этим также целесообразно открытие магистратуры по данному направлению на базе Оренбургского государственного университета, что, безусловно, поднимет качество образования в вузе.

РАЗВИТИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ И МОТИВАЦИИ У СТУДЕНТОВ - БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Прытков Р.М.

Оренбургский государственный университет

Проблема развития познавательной активности студентов обусловлена, прежде всего, социальным заказом, требованием современного этапа научно-технического прогресса и конкурентоспособности и проявляется в развитии потребности в постоянной работе над собой, постоянным самосовершенствованием. Вопрос развития познавательной активности является одним из самых актуальных, так как является определяющим в учебно-познавательной деятельности. На современном этапе развития человечества растет объем необходимых для студента знаний. Студентам нужно научиться самостоятельно добывать знания, чтобы в будущем они смогли быстро ориентироваться в потоке информации.

Исследуя активность как выражение социальной сущности человека, мы, естественно, обращаемся в первую очередь к той деятельности, которая особенно интенсивно развивается во время учебы в университете – к учебной деятельности, в которой осуществляется развитие познавательной активности студентов.

Активность стала предметом исследования многих наук: философских, естественных, общественных, психолого-педагогических, каждая из которых рассматривает свои, специфические непосредственно для нее, закономерности возникновения, развития и проявления активности, ее динамику. При этом активность можно определить в разных смыслах. Так в философии такое понятие используется в характеристике всех форм движения материи. Активность рассматривается не как свойство, а как процесс, в котором происходят изменения и действия предмета и соответственно формам движения материи выделяется физическая, химическая, биологическая и социальная активность. Таким образом, активность определяется как потребность, уже отягощенная материей движения и слов, предвкушения и воспоминаний.

В педагогической науке различают активность внутреннюю (мыслительную) и внешнюю (моторную). В процессе учения встречаются оба вида активности, но активизация познавательной деятельности студентов связана с активностью мышления.

В педагогике понятие «активность» чаще всего связывают с учебно-воспитательным процессом, с проблемой выделения, разработкой и реализацией активных методов обучения и воспитания или отождествляют его с деятельностью.

Познание – творческая деятельность субъекта, ориентированное на получение достоверных знаний о мире.

Познание – усвоение чувственного содержания процессов с целью нахождения истины, это высшая форма отражения объективной действительности.

Различные авторы предлагают разные подходы к определению понятия «познавательная активность».

З.Ф. Чехлова считает, познавательная активность – процесс, представляющий взаимосвязь последовательных изменений действий и состояний субъекта на каждом этапе учебно-познавательной деятельности, детерминированных внутренними противоречиями, возникающими в результате организованных влияний в процессе учебно-познавательной деятельности и завершающихся формированием личностных образований. Познавательная активность – развивающееся интегральное качество личности, образующееся в результате формирования и упрочнения в процессе деятельности личностных образований, выражающихся в стремлении к саморегуляции, самоорганизации, самоконтролю, самооценке и обуславливающих качественные характеристики деятельности.

М.А. Данилов познавательную активность определяет как живую, энергичную деятельность, направленную на выполнение полученного задания.

Т.И. Шамова полагает, что познавательная активность (с точки зрения психологов) – это повышенная ориентировочная реакция к изучаемому материалу на основе возникшей познавательности, а так же это ряд последовательных и взаимосвязанных умственных действий учащихся (или самостоятельных, или вслед за действиями учителя), направленных на достижение – определенного познавательного результата.

По мнению Т.М. Землянухиной познавательная активность выступает как глубокое психологическое образование, близкое к уровню потребности, которое выявляется через особенности практической деятельности.

Познавательную активность можно определить как состояние готовности познавательной деятельности, то состояние, которое предшествует деятельности и порождает ее. Познавательную активность мы понимаем как состояние готовности индивида к деятельности, направленной на удовлетворение потребности в новых впечатлениях, или познавательной деятельности.

Д.Б. Годовикова считает, что познавательная активность или любознательность – это стремление получить знания о явлениях окружающего мира. Познавательная активность – это и познавательная потребность, и побуждаемая ею познавательная деятельность.

Различные определения понятия «познавательная активность», расходятся как по содержанию, так и по объему.

Понятие активность можно выразить следующим образом: активность студента в учебном процессе – это действие, характеризующее усиленную познавательную деятельность студента.

Активность познания определяется в зависимости от организационных форм учебной работы: практические занятия, самостоятельные работы

считаются формами организации обучения, стимулирующими активную познавательную деятельность, а все остальные – лекция, рассказ, объяснение и так далее – лишь пассивную.

Познавательная активность обязательно сопряжена с усилием воли человека. Имеется такой научный подход, по которому определение внутреннего содержания познавательной активности базируется на мотивационной основе.

Активность студентов как интенсивная целеустремленная деятельность (актуальная активность), активность – как состояние готовности к деятельности (потенциальная активность), активность – как инициативность (противоположность формальному реагированию).

Активность – интенсивная целенаправленная деятельность студента и активность – качество личности студента представляют собой две неразрывно связанные стороны единого понятия «познавательной активности студента».

Теоретический анализ активности студентов в учебно-познавательной деятельности приводит к ряду заключений:

- Принцип активности в обучении – это неотъемлемое условие и показатель реализации любого принципа обучения.

- Активность – качество студента, которое формируется под воздействием конкретных условий обучения.

- Внутренним источником побудителем активности служат мотивы, установки интереса студента, которые в процессе обучения могут изменяться и перестраиваться.

- Внешним источником активности выступает вся система педагогических воздействий на студента, хорошо, когда они объективно значимы, но и субъективно приняты студентами, превращаются во внутренний источник активности.

Деятельность является основой развития личности и активности.

Специфика деятельности как педагогического явления состоит в том, что в педагогическом процессе существуют два субъекта и две взаимосвязанные и взаимообусловленные деятельности – деятельность преподавателя и учебная деятельность студента.

Говоря о единстве двух деятельностей, следует иметь в виду, что руководящей и организующей стороной является преподаватель.

В учебном процессе создаются сложные субъектно-объектные отношения, которые находятся в постоянной динамике, изменениях. Это обусловлено постоянным изменением позиций субъектов в процессе обучения. Эти отношения составляют социально-педагогические основания учебной деятельности. И в то же время оказывают сильнейшее влияние на учебный процесс. Эффективность педагогического процесса зависит от влияния межсубъективных отношений.

Личность развивается в общественно ценной деятельности, отвечающей ее потребностям.

Дадим определение понятию «познавательной активности», которое будет использовано в дальнейшем с целью выявления роли познавательной активности студентов в профессиональном обучении.

Познавательная активность - это готовность к познавательной деятельности, с проявлением самостоятельности, инициативы, творчества. Желание узнать, понять, найти, испытать радость успеха от самостоятельно найденного пути решения с использованием интеллектуальных, нравственно-волевых и физических сил.

Следовательно, важен не вид деятельности, а насколько вы активны в этом процессе. Важны не познания как таковые, а активность в познании.

Познавательная активность играет особо важную роль в профессиональном обучении потому, что именно в студенческом возрасте достигают максимума в своем развитии не только физические, но и психологические свойства и высшие психические функции: восприятие, внимание, память, речь, эмоции и чувства. Данный период жизни максимально благоприятен для обучения и профессиональной подготовки. В этот период происходит активное формирование индивидуального стиля деятельности. Преобладающее значение в познавательной деятельности начинает приобретать абстрактное мышление, формируется обобщенная картина мира, устанавливаются глубинные взаимосвязи между различными областями изучаемой реальности.

Студенчество – это особая социальная категория, специфическая общность людей, организованно объединенных институтом высшего образования. Студенчество включает людей, целенаправленно, систематически овладевающих знаниями и профессиональными умениями, занятых, как предполагается, усердным учебным трудом.

К сожалению лишь более половины студентов повышают показатели интеллектуального развития от первого курса к пятому, и, как правило, такое повышение наблюдается у слабых и средних студентов, а лучшие студенты часто уходят из вуза с тем же уровнем интеллектуальных способностей, с которыми пришли.

Важнейшая способность, которую должен приобрести студент в вузе – это способность учиться. Научиться учиться важнее, чем усвоение конкретных знаний, которые в наше время быстро устаревают. Еще важнее способность самостоятельного добывания знаний, основанная на творческом мышлении и развитие познавательной активности, так как студенты по-разному относятся к учебно-познавательной деятельности и их поведение в учебно-познавательном процессе также различно.

Рассмотрим основные виды деятельности и поведение студентов в сфере обучения и познания.

Выделяется три основных типа.

Первый тип личности отличается комплексным подходом к целям и задачам в вузе. Интересы студентов сосредоточиваются на области знаний более широкой, чем предусмотрено программой, социальная активность

студентов проявляется во всем многообразии форм жизни вуза. Этот тип деятельности ориентирован на широкую специализацию, на разностороннюю профессиональную подготовку.

Второй тип личности отличается четкой ориентацией на узкую специализацию. И здесь познавательная деятельность выходит за рамки учебной программы. Однако, в отличие от первого типа, выход осуществляется вглубь.

Третий тип познавательной деятельности студентов предполагает усвоение знаний и приобретение навыков лишь в границах учебной программы.

По отношению к учебе выделяют пять групп.

К первой группе относятся студенты, которые стремятся овладеть знаниями, методами самостоятельной работы, приобрести профессиональные умения и навыки, ищут способы рационализации учебной деятельности. Учебная деятельность для них – необходимый путь к хорошему овладению избранной профессией. Они отлично учатся по всем предметам учебного цикла. Интересы этих студентов затрагивают широкий круг знаний, более широкий, чем предусмотрено программой. Они активны во всех сферах учебной деятельности. Студенты этой группы сами активно ищут аргументы, дополнительные обоснования, сравнивают, сопоставляют, находят истину, активно обмениваются мнениями с товарищами, проверяют достоверность знаний.

Ко второй группе относятся студенты, которые стремятся приобрести знания во всех сферах учебной деятельности. Они нередко ограничиваются поверхностными знаниями. Основной принцип их деятельности – лучше всего понемногу. Они не затрачивают много усилий на конкретные дела. Как правило, хорошо учатся, но получают порой неудовлетворительные оценки по предметам, которые их не интересуют.

К третьей группе относятся студенты, которые проявляют интерес к своей профессии. Приобретение знаний и вся их деятельность ограничиваются узкопрофессиональными рамками. Для этой группы студентов характерно целенаправленное, избирательное приобретение знаний, и только необходимых для будущей профессиональной деятельности. Они много читают дополнительной литературы, глубоко изучают специальную литературу, эти студенты хорошо и отлично учатся по предметам, связанным со своей специальностью, в то же время не проявляют должного интереса к смежным наукам и дисциплинам учебного плана.

К четвертой группе относятся студенты, которые неплохо учатся, но к учебной программе относятся избирательно, проявляют интерес к тем предметам, которые им нравятся. Они не систематически посещают учебные занятия, часто пропускают лекции, семинарские и практические занятия, не проявляют интереса к каким-либо видам учебной деятельности и дисциплинам учебного плана, так как их профессиональные интересы еще не сформированы.

К пятой группе относятся лодыри и лентяи. В вуз они пришли по настоянию родителей или «за компанию» с товарищем, или для того, чтобы не

идти работать и не попасть в армию. К учебе относятся равнодушно, постоянно пропускают занятия, имеют «хвосты», им помогают товарищи, и зачастую они дотягивают до диплома.

Определив, к какой из групп относится студент, можно обеспечить наилучшую реализацию познавательного потенциала каждого.

Таким образом, на основании вышесказанного желание познать, найти, понять, испытать радость успеха от самостоятельно найденного пути решения, достижения поставленной цели с использованием интеллектуальных, нравственно-волевых и физических сил позволит студенту в будущем стать профессионалом своего дела. Именно поэтому познавательная активность играет важную роль в профессиональном обучении.

Понятие «педагогические условия» определяются как совокупность объективных возможностей содержания образования, методов, организационных форм и материальных возможностей его осуществления, обеспечивающих успешность достижения поставленной задачи. В теории воспитания условия рассматриваются как среда, в которой протекают те или иные педагогические процессы.

К педагогическим мы относим те условия, которые сознательно создаются в учебном процессе и которые могут обеспечить наиболее эффективное формирование и протекание учебного процесса.

Педагогические условия познавательной активности условно объединены в три группы.

К первой группе относятся условия, соблюдение которых обеспечивает формирование положительной мотивационной основы познавательной активности (рисунок 1).



Рисунок 1 - Развитие познавательного процесса и мотивации студентов

Учебная мотивация определяется следующими признаками:

- самой образовательной системой, где осуществляется деятельность;
- организацией образовательного процесса;
- особенностями студента (возраст, пол, способности, самооценка);
- особенностями педагога, отношением к студенту;
- спецификой преподаваемой дисциплины.

Первая группа условий включает в себя:

- мотив получения знаний;
- интерес.

Вторая группа условий направлена на успешное формирование системы знаний и умений, которая включает в себя следующие этапы:

- выбрать главное в ранее изученном материале;
- самостоятельно получить информацию из учебной литературы;
- установить взаимосвязь между различными блоками информации;
- ранжировать информацию по степени значимости;
- анализировать полученную информацию;
- обобщать и делать выводы.

Третья группа условий преследует цель обеспечить наилучшую реализацию познавательного потенциала каждого студента и включает в себя следующее:

- осуществление индивидуального подхода в условиях групповой работы;
- осуществление контроля и корректировки хода учебно-познавательного процесса.

Познавательная активность является предметом исследования многих дисциплин: философии, педагогики, психологии и т.д.

Познавательная активность – это готовность к познавательной деятельности, с проявлением самостоятельности, инициативы, творчества. Желание узнать, понять, найти, испытать радость успеха от самостоятельно найденного пути решения с использованием интеллектуальных, нравственно-волевых и физических сил.

Познавательная активность играет очень важную роль в профессиональном обучении, так как знания, полученные в учебно-познавательном процессе, позволяют студенту в будущем стать профессионалом своего дела.

Мы считаем важным формировать у студентов мотивы, стимулирующие потребность в обучении, развивать их познавательную активность.

Для развития познавательной активности необходимо создание следующих педагогических условий:

- обеспечить формирование положительной мотивационной основы;
- обеспечить формирование системы знаний и умений;
- обеспечить реализацию познавательного потенциала каждого студента.

Хороший преподаватель должен быть мастером мотивации. Мотивировать обучаемых можно, опираясь на их любопытство, создавая

ситуацию успеха, подталкивая к поиску объяснений для обоснования ответа студента, создавая ситуацию поиска, обеспечивая обратную связь.

Рекомендации по развитию познавательной активности и мотивации к учению у студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» можно продемонстрировать на примере дисциплины «Внешнеэкономическая деятельность в сфере услуг» при проведении лекционных и семинарских занятий. Показательными в плане развития познавательной активности и мотивации являются темы «Туристский экспорт и импорт» и «Внешнеторговый договор купли продажи товара и его основные условия».

Развивать мотивацию можно, применяя проблемное обучение, ориентируя студента на поиск оптимального решения, а также при непосредственном участии студента в решении определенных задач. Примером одной из таких задач является самостоятельное заполнение и анализ таможенной декларации, а также туристской путевки и других документов, изучаемых по указанной дисциплине и оцениваемой преподавателем. Благодаря обсуждению проведенной самостоятельной работы на практических занятиях, выявляются ошибки и неточности в заполнении, тем самым, помогая студенту глубже понять изученный материал и мотивируя его на более детальную подготовку к практическим занятиям. При проведении практического занятия по теме «Туристский экспорт и импорт» рекомендуется давать студентам на рассмотрение задачи-ситуации, тесты. Некоторые из них предполагают наличие единственного верного ответа, другие могут допускать несколько вариантов ответов. В последнем случае важно организовать дискуссию с целью нахождения оптимального варианта решения задачи. На тех занятиях, на которых применялись подобные действия и задания, отмечена повышенная активность студентов. Причем данные задания позволяют развивать ситуативное мышление, что особенно важно для будущих специалистов по сервису и туризму.

Данные задания позволяют закрепить теоретические знания, развить и укрепить практические навыки.

Также активизирует деятельность студентов при организации и проведение деловых игр.

Во время деловых игр обыкновенное занятие превращается в рабочий день в офисе, презентацию своей фирмы или в конкурс по профессии.

Деловая игра как метод обучения позволяет как бы «прожить» определенную ситуацию, изучить ее в непосредственном действии.

Деловая игра формирует у студентов профессионально важные умения и навыки, активизирует творческие особенности личности и способна выступить средством подготовки не отдельных специалистов, а коллективов или групп, которые, получив необходимые знания, в дальнейшем легко освоят профессии, связанные с экономическим или управленческим механизмом.

Учебная деловая игра наиболее полно соответствует представлению о новом, знаково-контекстном типе обучения, поскольку в ней находят свое отражение наиболее характерные его черты. В самом широком смысле учебная деловая игра может быть определена как знаковая модель профессиональной

деятельности, контекст которой задается знаковыми же средствами - с помощью языков моделирования, имитации и связи, включая естественный язык.

Зная уровень познавательной активности и учебной мотивации студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм», можно дать рекомендации по развитию познавательной активности и положительной мотивации к учебной деятельности. Особенно важно развивать познавательную и профессиональную мотивацию, так как, только познавая новое, можно расти профессионально. Мотивировать обучаемых можно, опираясь на их любопытство, создавая ситуацию успеха, подталкивая к поиску объяснений для обоснования ответа студента, создавая ситуацию поиска, обеспечивая обратную связь.

Таким образом, условиями развития познавательной активности являются: формирование положительной мотивации; формирование системы знаний и умений; обеспечение реализации познавательного потенциала каждого студента. Применение данных условий позволит исследовать развитие познавательной активности студентов.

КРИТЕРИИ И УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Сай А.В.

Оренбургский государственный университет

Определение и обоснование коммуникативной компетентности специалистов по сервису и туризму требует рассмотрения особенностей их профессиональной деятельности.

Специфика этой группы профессий состоит главным образом в том, что реализуются она в контактной зоне, т. е. при непосредственном контакте производителя услуги и его потребителя. Это определяет высокую степень ответственности непосредственных исполнителей, выдвигая на первый план их профессиональное мастерство, квалификацию, творческий потенциал и факторы мотивации.

Работа в сфере сервиса и туризма как профессиональная деятельность обладает чертами, отличающими ее от других схожих по характеру профессий социально-гуманитарной направленности (врача, учителя, юриста-адвоката и т.п.). Одна из основных отличительных черт – сам характер процесса социального действия и взаимодействия между работником (специалистом) и клиентом.

В отличие от ролевых субъект-объектных отношений, которые свойственны вышеназванным профессиям, в которых акт принятия решения осуществляет специалист, в сфере сервиса и туризма доминируют субъект-субъектные отношения, при которых клиент сохраняет за собой право или преимущество при принятии решений.

Деятельность специалиста по социально-культурному сервису и туризму направлена на систематическое приобретение знаний по созданию условий формирования рынка услуг социально-культурного сервиса и туризма с учетом применения прогрессивных технологий и выбор стратегии и тактики деятельности предприятий, на обеспечение комплексного обследования потребителей услуг и системы мер по повышению качества оказываемых услуг.

Объектами профессиональной деятельности специалистов по сервису и туризму является удовлетворение потребностей человека в социально-культурных и туристских услугах. Согласно государственному образовательному стандарту подготовки специалисты по сервису и туризму должны быть подготовлены к следующим видам профессиональной деятельности: сервисная; организационно-управленческая; научно-исследовательская; образовательная.

Особенности деятельности специалиста социально-культурного сервиса и туризма, заложены также в процессах, которые происходят в социально-культурной сфере, а именно: создание, освоение, распространение и потребление культурных ценностей в обществе.

В этих процессах происходит социальное взаимодействие по типу «человек (творец) – человек (потребитель)», которое посредством включения культурного компонента становится собственно социокультурным взаимодействием – «человек–культура–человек».

Таким образом, в структуру этого взаимодействия включается третье звено – культурные ценности и их конкретные формы. Творец культурных благ или ценностей вступает в общение со своей аудиторией не напрямую, а в специализированной форме, например, художественно-образного языка или языка научного познания или языка нравственных императивов, нередко в форме религиозных догматов и т.д. В результате произведение автора начинает жить своей собственной жизнью, и в этой жизни оно неизбежно нуждается в профессионале, который будет помогать доводить смыслы, заложенные в артефакте культуры, до обычного рядового потребителя. Другими словами, созданное в культуре нуждается в продвижении в социум, а это рождает своеобразные формы, присущие только культурным феноменам. Такой формой распространения культуры является интерпретация, которая представляет собой способ освоения результата культурного творчества.

Выстраивая в соответствии с научными принципами отношения клиентов с культурной средой, специалист по социально-культурному сервису и туризму, формирует новое социально-культурное пространство, в котором кардинально меняется роль клиента: из простого потребителя культурных ценностей тот превращается в сотворца. В этом заключается основная гуманистическая цель деятельности специалистов социально-культурного сервиса. Таким образом, профессиональное общение выступает одной из главных функций специалиста по сервису и туризму.

Работник сервисной службы посредством общения подталкивает клиента к приобретению (покупки) услуги, но ее приобретение возможно (как правило) лишь в том случае, если сам работник уверен в привлекательности данной услуги и, следовательно, в правильности предлагаемого решения. Поэтому овладение навыками общения считается очень важным и значимым при подготовке специалиста по сервису и туризму.

Отличительным признаком профессиональной деятельности специалистов сферы сервиса и туризма, по мнению А.Х. Чупанова, служит творческий подход к решению возникающих в практике профессиональной деятельности ситуативных задач и проблемных ситуаций, его готовность «принимать другого» и взаимодействовать с ним в направлении достижения общей цели.

Условием творческого саморазвития личности студента и показателем профессионального творчества будущего специалиста, в нашем понимании выступает «среда», которая требует особого видения мира и знания научных способов познания действительности.

Исследуя среду, ученые по-разному определяли ее воспитательный потенциал: среда, наполненная нравственно-эстетическими ценностями, дает способ жить и развиваться, создает мир как бы заново, в ней есть сила и действие (В. С. Библер); формирует отношение к базовым ценностям,

способствует усвоению социального опыта и приобретению качеств, необходимых для профессионального роста (Л. П. Буева, Н. В. Гусева).

Э. Н. Гусинский замечает, что для создания новой модели образования необходимо создать достаточно разнообразную и богатую случайностями среду. В нашей работе такими случайностями выступают интерактивные формы обучения студентов.

Процесс продвижения сервисных и туристских услуг – творческий по самой своей сути, и коммуникативные технологии должны обрести соответствующую им эвристическую технику, начинающую действие задолго до процесса оказания сервисных или туристских услуг.

Таким образом, к сфере компетентности специалистов по сервису и туризму можно отнести следующие объекты:

- человек, его телесное, духовное и социальное развитие;
- процессы и структуры общества: экономические, социальные, правовые, политические основы;
- институты социального обеспечения: государственные, общественные, частные.

Специалист по сервису и туризму является образованным человеком, имеющим гуманитарную, фундаментальную естественнонаучную, общепрофессиональную подготовку по направлению и специальную подготовку, определяющую конкретную сферу профессиональной деятельности.

Сфера деятельности специалистов сервиса и туризма относится также к типу профессий «человек - человек», в разработанной А.К. Климовым типологии профессиональных деятельностей.

Н.М. Борытко выделяет две особенности профессий этого типа:

- такого рода профессии требуют от человека двусторонней подготовки: профессиональной (быть подготовленным в той или иной области) и коммуникативной (уметь устанавливать и поддерживать контакты с людьми, понимать их, разбираться в особенностях поведения);

– главное содержание труда в таких профессиях сводится к взаимодействию между людьми.

Исходя из этого, считаем, что специалисты по сервису и туризму должен владеть определенным набором знаний, которые направлены на удовлетворение потребностей, уметь эффективно взаимодействовать с другими людьми и обладать определенными личностными характеристиками, позволяющих успешно решать профессиональные задачи.

Следовательно, профессиональную компетентность специалиста по сервису и туризму можно трактовать, с одной стороны, как интегративное качество личности, включающее в себя готовность и способность человека к осуществлению профессиональной деятельности, требующее наличия определенных знаний, умений и навыков в направлении удовлетворения социально-культурных потребностей и эффективного взаимодействия с другими людьми, а, с другой, комплекс профессионально-личностных качеств. Такое понимание профессиональной компетентности будущего специалиста социально-культурного сервиса и туризма указывает на то, что в ее структуре коммуникативной составляющей отводится важная роль.

Так, коммуникативная компетентность личности специалиста по сервису и туризму нами:

А) раскрывается:

- в отношении к людям и к самому себе;
- в особенностях взаимоотношений между людьми;
- в умении контролировать и регулировать свое поведение;
- доказывать, грамотно аргументировать свою позицию;

Б) проявляется:

- в умении моделировать личность собеседника;
- в умении добиваться реализации коммуникативной интенции с помощью вербальных и невербальных средств и технологий, т.е. продуктивно выходить из конфликтной ситуации.

Характерные особенности профессиональной компетентности специалиста по сервису и туризму, позволили нам выделить критерии формирования коммуникативной компетентности специалиста по сервису и туризму:

– коммуникативные знания - обобщенный опыт человечества в коммуникативной деятельности, т.е. отражение в сознании коммуникативных ситуаций в их причинно – следственных связях и отношениях. Они составляют основу для формирования коммуникативных умений, навыков, специфических коммуникативных качеств, коммуникативных позиций, установок при реализации избранной коммуникативной модели достижения результатов профессиональной деятельности будущего специалиста;

– коммуникативные умения представляющие собой комплекс коммуникативных действий, основанных на высокой теоретической и практической подготовленности личности к межличностному общению, позволяющий творчески использовать коммуникативные знания;

– коммуникативные навыки - практическое применение коммуникативных знаний и умений, как автоматизированные компоненты сознательных действий, способствующих быстрому и точному отражению коммуникативной ситуации и определяющих успешность восприятия, понимания объективного мира и адекватного воздействия на него;

– коммуникативные качества - длительно существующая характеристика, проявляющаяся в общении и поведении личности в различных коммуникативных ситуациях;

– коммуникативная направленность - степень выраженности личностной направленности и ценностных установок в сфере межличностного общения;

– коммуникативная креативность - способность к нестандартному, творческому решению коммуникативных задач, возникающих в различных коммуникативных ситуациях.

Наиболее адекватным для описания структуры коммуникативной компетентности специалиста по сервису и туризму и соответствующим выше выделенным критериям ее формирования, считаем выделение совокупности трех компонентов: когнитивного, эмоционально-личностного, поведенческого.

Отметим, формируя коммуникативную компетентность студентов, необходимо помнить, что этот процесс обязательно должен включать в себя теоретическую и практическую составляющую.

Структурные компоненты коммуникативной компетентности выделены условно с целью осмысления сущности коммуникативной компетентности. В своем проявлении в профессиональной деятельности они взаимосвязаны и взаимообусловлены.

На основании указанных положений, можно выделить три уровня сформированности коммуникативной компетентности:

- низкий (репродуктивный);
- средний (частично-поисковый);
- высокий (творческий).

Критерии и уровни сформированности коммуникативной компетентности дают возможность проследить генезис развития основных компетенций профессиональной компетентности студентов – будущих специалистов.

Отметим, уровень сформированности коммуникативной компетентности меняется в течение обучения в университете. Важнейшими факторами этих изменений являются: общее интеллектуальное развитие, особенности профессионального воспитания, развитость профессионального воображения, наличие специальных знаний и умений, установка на творческое отношение к труду, высокий уровень профессионального самоопределения, успешность коммуникативного опыта и др.

Все вышеизложенное позволяет: подтвердить, что в интерактивном обучении происходит развитие коммуникативной компетентности и это проявляется в соответствующих свойствах - личностных (толерантность, направленность т.д.), когнитивных (осмысление своего коммуникативного поведения на основе соответствующих схем и подходов и т.д.), эмоциональных (развитие доверия, искренности, эмпатии и т.д.) и поведенческих (умения вербального и невербального общения и т.д.).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ТУРИЗМА

Шестакова Е. В.

Оренбургский государственный университет

В последние десятилетия значительно возросла социальная значимость туризма во всех сферах современного общества: экономике и культуре, науке и образовании, досуге и лечении. О важности туристской деятельности говорит тот факт, что на долю туризма приходится 10 % мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов. По прогнозам Всемирной туристской организации (ВТО) высокие и устойчивые темпы роста туристской индустрии сохранятся, а количество туристов составит свыше 900 млн. поездок с оборотом капитала в сумме 1,1 триллиона долларов.

Успешное развитие туризма зависит от реализации, совокупности ряда условий: природно-рекреационных, социально-культурных, историко-архитектурных, развитой инфраструктуры, обеспеченности высококвалифицированными кадрами. Основной предпосылкой успешного развития туризма является проведение целенаправленной государственной туристской политики, которая предполагает всемерную поддержку внутреннего и въездного туризма, стимулирование и поощрение отечественных туристских фирм и всех структур, задействованных в туристском рынке, защиту прав отечественных и зарубежных туристов как потребителей материальных и духовных услуг, формирование эффективно действующей системы подготовки специалистов туристского профиля.

В Российской Федерации проблемы туризма, его кадрового обеспечения продолжительное время находились вне поля зрения законодательных и исполнительных органов государственной власти, что нанесло туристской индустрии страны значительный урон. Только в последнее время были приняты Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации», призванные принципиальным образом изменить ситуацию в туристской деятельности России в сторону расширения ее масштабов и вовлечения в туризм миллионов отечественных и зарубежных путешественников.

Происходящие радикальные политические и социально-экономические преобразования в Российской Федерации привели к масштабным изменениям во всей образовательной системе, в том числе в подготовке специалистов туристской деятельности. Принципиально новая социально-экономическая ситуация актуализировала проблемы кадрового обеспечения туристской индустрии России высокопрофессиональными специалистами: туроператорами и турагентами, менеджерами и финансистами, экскурсоводами и гидами-переводчиками, персоналом сферы услуг в гостиницах, ресторанах, транспортных компаниях, в области информации и рекламы, менеджмента и маркетинга туризма.

В связи с этой перспективой задача определения социально-педагогических условий совершенствования подготовки специалистов туристской деятельности, формирования их профессиональных и деловых качеств выдвинулась на передний план в общей программе дальнейшего развития туризма и реформирования образовательной системы в нашей стране.

В настоящее время профессионально-квалификационная структура кадров туризма находится в состоянии коренной перестройки. В настоящее время кадры для туризма готовят более 300 высших и средних учебных заведений в стране.

В системе высшего профессионального образования основная подготовка кадров для туристской индустрии реализуется в профильных университетах, академиях и институтах в рамках укрупненной группы «Сфера обслуживания» по двум специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Туризм», включающим более 10 специализаций.

Одновременно подготовка специалистов с высшим профессиональным образованием для сферы туризма реализуется в других непрофильных высших учебных учреждениях в рамках специализаций по направлениям подготовки в смежных областях профессиональной деятельности.

В системе среднего профессионального образования подготовка кадров для сферы туризма формируется на основе образовательных программ базового и образовательных программ повышенного уровня для следующих видов деятельности: гостиничный сервис, общественное питание, сервис на транспорте (по видам транспорта), туризм.

В системе начального профессионального образования непосредственная подготовка кадров для туристической индустрии не ведется. Однако подготовка кадров в рамках укрупненной группы профессий «Сфера обслуживания» (администратор, официант, бармен, повар, кондитер, бортпроводник, проводник на железнодорожном транспорте и другие) направлена в том числе и на комплектование сферы туризма квалифицированными рабочими.

Вместе с тем разрыв между потребностями отрасли и предложением со стороны образовательных учреждений остается весьма существенным.

Главной проблемой является чрезмерная академичность профильного высшего образования при явном недостатке практических навыков и знаний и нехватка средних специальных учебных заведений, готовящих работников гостиниц.

Ощущается огромный дефицит кадров в сфере гостиничного бизнеса. Многие отели, в том числе и высокого класса, вынуждены набирать персонал с улицы. Несмотря на большое количество вузов, в России пока нет ни одной реально работающей тренинговой гостиницы. И практика, которую студенты проходят в гостинице, – просто формальность. Зачастую студенты никому не нужны, им пишут справку о том, что практику прошли. В лучшем случае сажают их работать секретарями. Только немногие институты могут позволить себе отправить некоторых студентов на трехмесячную практику за границу в хорошие отели.

В Европе много учебных отелей, где проходят практику будущие менеджеры. Они работают в обычном режиме, но обслуживают гостей студенты. И каждый их шаг – это часть процесса обучения. В России также имеет смысл инвестировать в тренинговые гостиницы. Но такой отель обязательно должен быть при вузе или вузах. Это не просто аренда помещения. Там все должно быть посвящено учебному процессу. Во Франции в университетах функционируют 3-4 тренинговых отеля.

В наших образовательных учреждениях готовят только менеджеров. За рубежом, например, для того, чтобы стать хорошим менеджером и сделать карьеру, необходимо поработать на всех ступенях в отеле – в службе размещения, метрдотелем, горничной и даже поваром. Там в обучение входят теория, специальные программы и обязательно практические занятия. Эти люди становятся потом топ-менеджерами. Таких специалистов берут на работу по всему миру.

Еще одной проблемой является нехватка профессиональных преподавателей, обучающий студентов для сферы туризма. Большинство преподавателей не работали в сфере туризма. За рубежом в вузе преподает, например, бывший руководитель службы отеля. Он уже устал от гостиничной суеты, а на преподавательской работе ему хорошо платят. Естественно, он является специалистом в этой области.

Нехватка квалифицированных кадров характерна не только для гостиничного бизнеса. Кто у нас работает официантами в ресторанах? Профессионалы в этой области на вес золота. Не хватает людей, которые могут вести с клиентом профессиональный диалог. Горничные не умеют правильно убрать номер, заправить постель и т.д.

Таким образом, в целом сектор подготовки кадров не вполне соответствует потребностям туристской индустрии, как в количественном, так и в качественном отношении. Существующие учебные программы не отвечают реальным нуждам секторов туризма ввиду их неориентированности на практическую работу. В равной степени это касается учебников и учебных пособий, составляемых преподавателями, не имеющими практического опыта работы в индустрии. При огромной нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии выпускники профильных высших учебных заведений часто остаются невостребованными из-за отсутствия навыков и знаний по конкретным специализациям.

Проблема качественного сервиса недостаточно эффективно решается не только в рамках подготовки работников гостиничного и туристского бизнеса, но и специалистов смежных отраслей, обслуживающих туристов.

В настоящее время находится в стадии разработки новый образовательный стандарт «Туризм», рассчитанный на подготовку работников туристического бизнеса. Вместе с тем отсутствует образовательный стандарт «Гостиничный бизнес», в то время как наибольшую потребность в специалистах испытывают именно гостиничные предприятия. Отсутствует мониторинг потребностей учреждений гостиничного, туристского и сопутствующего бизнеса в специалистах различного профиля. При видимости

большого количества учебной литературы по туризму качество подавляющего большинства учебных пособий не выдерживает критики.

Отсутствие системы объективной рейтинговой оценки профильных учебных заведений дезориентирует молодежь при выборе учебного заведения.

Сегодня существует большое количество курсов переподготовки и повышения квалификации специалистов в основном при учебных заведениях, однако эти курсы в большинстве своем не дают практических профессиональных знаний и навыков и носят формальный характер. Отсутствует система привлечения к преподаванию работников индустрии туризма.

Таким образом, система туристского образования требует дальнейшего совершенствования по следующим направлениям.

1) Разработка новых квалификационных требований к основным должностям работников туристической индустрии

2) Модернизация существующих и разработка новых образовательных стандартов для подготовки квалифицированных кадров сферы туризма

3) Совершенствование образовательной программы в части её практической составляющей и более тесного сближения тем курсовых и дипломных работ к запросам турбизнеса.

4) Проведение мониторинга потребностей учреждений туристского, гостиничного и сопутствующего бизнеса в специалистах различного профиля.

5) Рейтинговая оценка профильных учебных заведений с целью обеспечения потребителей достоверной информацией о состоянии рынка образовательных услуг в сфере туризма.

6) формирование учебных заведений нового типа — единых учебно-производственных объединений типа «вуз-производство»; Создание тренинговых гостиниц, отелей при вузах.

7) Повышение качества учебно-методической литературы по туристическим специальностям.

8) Совершенствования профессионального туристского образования на различных уровнях - колледж, вуз, поствузовское обучение и в структуре повышения квалификации.

9) Создание специализированных учебных заведений - институтов, факультетов, средних учебных заведений.

Ситуация, сложившаяся в настоящее время на рынке образовательных услуг для сферы туризма, особенно в период подготовки к проведению Олимпиады в Сочи в 2014 году, требует принятия безотлагательных мер по ее качественному изменению. Необходимо поднять уровень и качество образования в профильных учебных заведениях на уровень, адекватный международным стандартам.