

*Н. Е. КОРОЛЁВА*

### **Этнокультурная подготовка кадров для туриндустрии**

**З**начение туризма — одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики — не-

прерывно растет. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т. е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. Он был признан экономическим феноменом столетия за быстрые темпы роста.

Однако в туризме жесткую конкурентную борьбу могут выдержать только те туристские организации, которые могут предложить своим клиентам высококачественное обслуживание, а это, в свою очередь, невозможно без профессионально подготовленных кадров. Персонал в индустрии туризма является важнейшей составной частью конечного продукта, и, следовательно, качество обслуживания в туристских организациях во многом зависит от уровня квалификации их служащих.

Информационная служба БАНКО провела исследование, целью которого было ранжирование 12 показателей качества работы туроператора<sup>1</sup>. В опросе приняли участие руководители и менеджеры 502 московских туристских фирм. Наиболее значимым показателем была признана четкость и оперативность в работе с турагентами (19,2%). Доверительные и дружеские отношения с руководством были признаны наименее значимым показателем (1,6%). Профессионализм персонала занял лишь четвертое место. За него проголосовали 12% участников опроса. Таким образом, результаты исследования показали, что руководители и менеджеры туристских фирм осознают значимость данного показателя для обеспечения высокого качества туристских услуг, но, тем не менее, не рассматривают его в качестве приоритетного.

Как западные, так и отечественные специалисты, исследующие состояние гостинично-туристского ком-

плекса России, отмечают, что одним из существенных недостатков деятельности туристских организаций является отсутствие опытных, квалифицированных кадров, способных самостоятельно и эффективно выстраивать отношения с клиентами. В российском туризме наблюдается значительное несоответствие уровня обслуживания и пакета услуг, предлагаемых потребителю, международным требованиям и стандартам. Это в значительной степени происходит в силу слабой профессиональной подготовки работников индустрии туризма. Данная проблема особенно остро стоит перед туристскими организациями малых и средних городов России, где подавляющее количество персонала туристских компаний — это люди, не получившие специального профессионального образования. Так, например, при исследовании качества кадрового потенциала в туристской отрасли Екатеринбурга выяснилось, что у руководителей и специалистов большинства туристских предприятий этого города нет соответствующего образования (90%), а 15% специалистов имеют лишь удостоверение о краткосрочном повышении квалификации<sup>2</sup>. Только в последние 7–8 лет, с открытием в университетах областных центров специальностей по подготовке туристских кадров, наблюдается приток молодых профессиональных кадров в местные туристские организации.

Однако получение профессионального образования отнюдь не является залогом успешной карьеры в индустрии отдыха и путешествий, и тем более не гарантирует высококачественного обслуживания клиентов.

Туризм понимается большинством авторов, как «в значительной мере категория экономическая, политическая и лишь затем — социаль-

ная»<sup>3</sup>. Именно исходя из этого, при подготовке специалистов для данной отрасли, основной акцент приходится на бизнес-дисциплины.

Современный туризм — это крупный бизнес, большие деньги и серьезная политика глобального уровня. Вместе с тем, совершенно очевидно, что успешность туристской организации, под которой понимается в первую очередь получение прибыли, определяется профессионализмом ее персонала. Поэтому наиболее передовые туристские организации уже в настоящее время признают, что для того, чтобы готовить высококвалифицированные клиентоориентированные кадры для этой индустрии, необходимо скорректировать программу их подготовки. Содержание деятельности в сфере гостинично-туристского бизнеса связано с проблемами межличностного и межгруппового взаимодействия и находится в сфере социальной психологии. Это означает, что в системе подготовки кадров для туристской индустрии помимо технической подготовки, знаний в области гостинично-туристского бизнеса, нужна глубокая социально-психологическая подготовка будущих и уже работающих специалистов. Умение понимать людей, анализировать их поступки, эффективно контактировать, убеждать, управлять конфликтами и выстраивать сотрудничество — все эти компетенции приобретают все большую значимость в системе подготовки кадров для туристской индустрии.

Анализ государственных стандартов подготовки специалистов по блоку специальностей для индустрии туризма обнаруживает явную ограниченность социально-психологической подготовки студентов. В соответствии с действующим Государственным Стандартом для специальности «Социально-культурный сервис и туризм» на изучение курса «Основы социальной психологии» отводится только 54 аудиторных часа, а такая дисциплина как «Этническая психология» вообще не включена в данный образовательный стандарт<sup>4</sup>. Вместе с тем, туризм — это область активного этнокультурного взаимодействия, которое происходит и в рамках путешествий российских туристов по своей стране, и при выезде россиян в зарубежные страны, и при приеме иностранных туристов в России.

В последнее время сложился дисбаланс между количеством въезжающих в РФ иностранных туристов и количеством российских туристов, выезжающих в зарубежные страны. Большой разрыв между показателями въездного и выездного туризма приводит к серьезному дисбалансу притока и оттока средств. По оценке экспертов, отрицательное сальдо туристского платежного баланса в 2000 составило 3 млрд долларов США.

Следует иметь в виду, однако, что туристический рынок и спрос — это очень чувствительные объекты, реагирующие на различные конъюнктурные изменения и колебания в экономической, социальной и политической сферах. Можно ожидать, что активизация в последние годы процесса глобализации заставит российские турфирмы обратить более пристальное внимание на прием иностранных туристов. И тот, кто быстрее окажется в этом бизнесе и будет более подготовлен к его ведению, займет более выигрышные позиции. Поэтому с точки зрения ближайшей перспективы переориентации российского турбизнеса в сторону въездного иностранного туризма, при подготовке специалистов для этой отрасли необходимо акцентировать внимание на психологии межкультурного общения.

Приезжающие к нам туристы в основном руководствуются сложившимися о нашей стране и ее людях стереотипами. Зачастую эти стереотипизированные представления о России и россиянах негативны. Анализ анкетных данных проведенного нами исследования показал, что 90% приезжающих к нам иностранных туристов — участников Волжских круизов — это люди так называемого третьего возраста. Вся их жизнь прошла в условиях конфронтации стран их проживания и России. Неудивительно поэтому, что после падения «железного занавеса» именно представители этого поколения поехали в Россию. Большинство из них признают, что основной целью их путешествия в нашу страну является ликвидация информационного голода. По данным того же исследования только 30% зарубежных туристов ежегодно выезжающих в нашу страну, получают предварительную подготовку в турфирмах-отправи-

телях. Это означает, что большая часть интуристов (70%), прибывая в Россию, имеют о ней очень поверхностное представление. И это, естественно, накладывает дополнительную ответственность на принимающую сторону, предъявляет к работникам всех составляющих инфраструктуры отрасли очень серьезные требования в части их взаимодействия с приезжающими из-за рубежа туристами. Для того, чтобы правильно сориентировать туристов в новой для них стране, нужны не только и, может быть, не столько знания в области туристического менеджмента, не только знания истории и культуры своей страны, ее обычаев и традиций. Нужна, как уже отмечалось выше, самая серьезная социально-психологическая подготовка, развитие этнокультурной компетентности и сензитивности.

Таким образом, реальная практика межэтнического взаимодействия в рамках индустрии отдыха и путешествий предъявляет серьезные требования к этнокультурной подготовке специалистов для данной отрасли. Сегодня без понимания природы межэтнического взаимодействия и этнокультурной толерантности, а также факторов, лежащих в основе толерантного межэтнического взаимодействия и взаимовосприятия невозможно успешно работать на рынке туристских услуг.

Вопросы обеспечения качества образовательных услуг становятся особенно актуальными для России в период ее вхождения в единое международное образовательное пространство, происходящее в рамках так называемого Болонского процесса.

Кроме унификации всех специальностей, по которым ведется подготовка специалистов, серьезную работу предстоит проделать по приведению российских образовательных стандартов в соответствие с международными. В рамках проекта ЕС/ТАСИС «Укрепление учебной базы для индустрии туризма» были разработаны «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии». Они были утверждены Постановлением Министерства труда и социального развития РФ от 17 мая 1999 г. К сожалению, основные знания и навы-

ки, необходимые для выполнения должностных обязанностей, приведенных в профессиональных стандартах почти не корреспондирует с требованиями Государственных образовательных стандартов Минобразования РФ, используемых для подготовки специалистов гостиничного и туристского бизнеса<sup>5</sup>. Изменения затронут не только содержательную сторону стандартов, но и их формат. Так, например, в международных аналогах российских государственных стандартов подготовки специалистов умения и навыки четко подразделяются на три категории:

- интеллектуальные умения и навыки;
- практические умения и навыки;
- универсально-переходящие умения и навыки.

В последнюю категорию, которая в некоторых международных образовательных стандартах называется «ключевые умения и навыки специалиста», включены:

- коммуникативные умения и навыки;
- интерактивные умения и навыки;
- умение решать проблемные ситуации;
- умение работать в команде;
- умение выступать с презентациями;
- владение современными ИТ-технологиями;
- способность к самооценке<sup>6</sup>.

Кроме того, в британском образовательном стандарте подготовки кадров для индустрии отдыха и путешествий, подготовленном Национальным Агентством по обеспечению качества образовательных услуг в системе высшего образования Великобритании, в категории «универсально-переходящие/ключевые умения и навыки» в качестве одной из основных компетенций специалиста туристической индустрии обозначена его компетентность в вопросах межкультурного взаимодействия, межэтнических контактов.

Совершенно очевидно, что для формирования вышеперечисленных умений и навыков необходимо активное использование в учебном процессе современных коммуникативных методов обучения. Это, в свою очередь, потребует дополнительной психологической подготовки и преподавателей и студентов, так как дале-

ко не все они готовы к восприятию данных методов обучения.

Международные эксперты в области образования отмечают также необходимость активного привлечения к разработке образовательных стандартов работодателей, так как именно они ставят оценку вузам.

Выводы:

1. Вступление России в единое международное образовательное пространство предопределяет необходимость разработки нового поколения образовательных стандартов подготовки специалистов для туристической индустрии.

2. Главным критерием при разработке новых образовательных стандартов должно быть содержание профессиональной деятельности работников индустрии туризма, которое диктует необходимость усиления их социально-психологической и этнокультурной подготовки.

3. Выход на новый качественный уровень подготовки кадров для индустрии туризма воз-

можен только при активизации совместных усилий всех заинтересованных сторон — преподавателей вузов, ученых и практиков.

<sup>1</sup> См.: Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. М., 2003.

<sup>2</sup> См.: Сенин В. С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2004.

<sup>3</sup> См.: Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб., 2000.

<sup>4</sup> См.: Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования. Требования к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки специалиста по специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». №293 св./сп. от 27 марта 2000 г. М., 2000.

<sup>5</sup> См.: Сенин В. С. Указ. соч.

<sup>6</sup> См.: The Quality Assurance Agency for Higher Education. Hospitality, Leisure, Sport and Tourism. UK, 2000.