

для своего персонала такие условия, которые позволяют сотрудникам быть удовлетворенными в материальном и содержательном отношении. Создание внутри предприятия таких условий и является целью внутреннего маркетинга. Внешний маркетинг приводит клиентов в гостиницу, офис туристского агентства, но от него пользы будет немного, если сотрудники не оправдывают ожиданий потребностей. К сожалению, многие руководители отечественных предприятий не привыкли рассматривать маркетинг с этих позиций.

Более широкое использование концепции маркетинга в отечественном туристском бизнесе сдерживается рядом причин:

- недостаточным пониманием его сущности и возможностей со стороны руководителей и специалистов различных уровней (от органов государственной власти и управления до отдельной туристской фирмы);

- неразвитостью соответствующей инфраструктуры (в частности, консультационных и исследовательских организаций);

- сложностью информационного обеспечения;

- недостатком специалистов, способных на необходимом уровне решать маркетинговые проблемы.

Решение последней по перечислению, но, на наш взгляд, важнейшей по значимости проблемы, связано с необходимостью формирования у специалистов туристского бизнеса глубоких профессиональных знаний в области маркетинга. Это является важной задачей учебных заведений, занимающихся подготовкой кадров для туризма.

А.П. Дурович
БГЭУ (Минск)

КАЧЕСТВО КАДРОВ — КАЧЕСТВО ТУРИЗМА

При обсуждении проблем развития туризма, привлечении зарубежных туристов в республику, а отечественных — к отдыху у себя в стране меньше всего обращается внимания на необходимость повышения качества обслуживания туристов как работниками туристских предприятий, так и других сфер туристской индустрии (гостиниц, ресторанов и т.д.). Вместе с тем, успех туристского бизнеса в огромной степени зависит от уровня подготовки персонала к работе в этой тонкой сфере предпринимательства. Это обстоятельство объективно требует обеспечения туристской индустрии человеческим потенци-

алом, обладающим соответствующими знаниями и умениями. Будущее туризма будет таким, каким его создадут причастные к этому люди. Особенно важны для специалистов знания в области менеджмента, маркетинга, профессиональной психологии, экономики, финансов, права. Между тем, у многих сотрудников туристских фирм, предприятий гостиничного и ресторанного хозяйства отсутствует специальное профильное образование, а имеющиеся практические навыки не всегда могут быть адаптированы к условиям быстро изменяющейся рыночной среды. На предприятиях туристской индустрии работают в основном так называемые практики. Роль практических знаний несомненно велика. И здесь важно отметить, что только истинные профессионалы способны обеспечить квалифицированное обучение молодого специалиста. Но сложившаяся ситуация, к сожалению, свидетельствует о том, что часто персонал предприятий состоит из людей, при приеме на работу которых необходимо обучать простейшим навыкам и приемам, не требующим глубоких знаний специфики туристской индустрии, действующих стандартов, нормативов законодательства и т.д. Решить же задачу формирования, продвижения и реализации высококачественного туристского продукта можно, лишь обладая профессиональными знаниями по целому ряду вопросов.

Сложившаяся ситуация ставит проблему кадрового обеспечения туристской индустрии в ряд важнейших. Справедливости ради, необходимо отметить, что в последнее время к подготовке специалистов высшей квалификации для сферы туризма приступили учебные заведения, в том числе и Белорусский государственный экономический университет. В нашем университете в рамках специальности Э.01.05.00 “Экономика и управление социально-культурной сферой” состоялись уже два выпуска экономистов-менеджеров туризма по специализации Э.01.05.02 “Экономика и управление туризмом”. С 1998 г. открылась еще одна абсолютно новая для республики специализация Э.01.05.03 “Экономика и управление гостиничным и ресторанным хозяйством”. Учебные планы и программы по указанным специализациям ориентированы на международные стандарты, учитывают опыт подготовки специалистов аналогичного профиля в учебных заведениях дальнего (Германия, Франция, Испания и др.) и ближнего (Россия, Украина) зарубежья, а также потребности отечественного туристского бизнеса.

Концепция университетского образования базируется на мощной, фундаментальной, общеобразовательной и общеэкономической подготовке, которая служит основой для изучения дисциплин специальности и специализации. Так, уточненный учебный план по специализации “Экономика и управ-

ление туризмом” предусматривает изучение таких важных для профессионалов турбизнеса дисциплин, как организация, экономика, менеджмент туризма, профессиональная психология, экскурсоведение, туроперейтинг, гостиничное хозяйство, транспортное обеспечение, страхование в туризме, управление персоналом, реклама в туризме, правовое регулирование туристской деятельностью и др. Большое внимание уделено изучению иностранных языков, только аудиторные занятия по которым составляют 840 академических часов. Организационно-экономическая и управленческая производственные практики сориентированы на получение выпускниками необходимых для эффективной профессиональной деятельности практических навыков.

Конечно, подготовка специалистов для отечественной системы образования по этим новым направлениям связана со значительными трудностями, прежде всего, с недостаточным количеством высококвалифицированных преподавателей специальных дисциплин, а также с отсутствием приемлемых, соответствующих международным стандартам учебников, учебных и методических пособий.

Проблема обеспечения учебного процесса по специальным дисциплинам профессорско-преподавательским составом решается нами путем привлечения к учебному процессу практических работников, подготовки научных кадров высшей квалификации через аспирантуру при специализированной кафедре управления туризмом, стажировки преподавателей на ведущих туристских предприятиях республики и за рубежом, развития международного сотрудничества с учебными заведениями аналогичного профиля. Так в 1996—1997 гг. в университете в рамках программы “Трансформ” был успешно реализован белорусско-германский проект “Экономика и управление туризмом”. Основной его задачей являлось “обучение обучающихся”. К проведению учебных занятий, чтению спецкурсов и консультациям широко привлекаются зарубежные преподаватели, в частности в рамках реализуемой в университете программы Темпус Тасис “Организация экономики, предпринимательские инновации и университет”. Такой комплексный подход позволил обеспечить учебный процесс по основным специальным дисциплинам достаточно квалифицированными педагогическими кадрами. А это, в свою очередь, сказалось на решении проблемы учебно-методического обеспечения учебного процесса. Профессорско-преподавательский состав кафедры управления туризмом активно работает над разработкой учебных программ (они имеются по всем дисциплинам), методических пособий, учебников и учебных пособий. Так, в 1998 г. выпущено первое в СНГ учебное пособие “Марке-

тинг в туризме" (авторы А.П. Дурович, А.С. Копанев). Оно полностью соответствует учебной программе и рекомендовано к изданию Министерством общего и профессионального образования Российской Федерации. Готовы к выпуску фундаментальные учебные пособия "Менеджмент туризма" и "Реклама в туризме". Есть и ряд других интересных работ и замыслов.

Приведенная выше информация отнюдь не претендует на роль саморекламы. Практически каждое высшее учебное заведение, занимающееся подготовкой кадров для туризма, решает с большим или меньшим успехом аналогичные задачи. Причем, с сожалением приходится это констатировать, решает их практически в одиночку, опираясь на энтузиазм отдельных сотрудников. Отсутствует гибкая и постоянная взаимосвязь, консультационная помощь и сотрудничество не только между учебными заведениями, но и между ними и туристскими предприятиями, а также органами государственной власти и управления. Отсутствие тесных контактов между образованием и туристской индустрией приводит к определенному перекосу в подготовке туристских кадров. Так, учебные заведения не могут своевременно реагировать на спрос в тех или иных профессиональных кадрах. Сегодня никто не может аргументированно ответить, сколько специалистов, каких профессий и для какого сектора туризма следует готовить. Такого мониторинга не проводится и, как следствие, уже через несколько лет мы можем столкнуться с избытком топ-менеджеров. В то же время квалифицированных специалистов среднего звена (продавцов турпродукта, служащих службы приема и размещения в гостиницах и т.п.) в республике никто не готовит. Между тем потребность в них остро ощущается туристской индустрией.

До настоящего времени не утверждены как профессиональные, так и современные образовательные стандарты, базирующиеся на глубоком анализе потребностей сферы туризма. Так, во всем цивилизованном мире официальным нормативным документом, на котором базируется туристское образование, является перечень туристских профессий и квалификационных требований к ним. С грустью приходится констатировать, что в нашей стране он отсутствует, а разрабатываемые без этой основы образовательные стандарты никогда не будут в полной мере отвечать запросам практики. В этом автору довелось лишний раз убедиться во время работы над проектом образовательного стандарта по специальности Э 01.05.00 "Экономика и управление социально-культурной сферой".

Еще один важный аспект образования в туризме связан с отсутствием единой государственной системы повышения

квалификации руководителей и специалистов всех уровней. Возможности же для самостоятельного повышения квалификации не могут быть в полной мере реализованы в силу недостатка методической, научной литературы, учебников и учебных пособий.

Если обобщить все перечисленное, то становится очевидной главная на сегодняшний день проблема — **отсутствие системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для индустрии туризма**. Формирование знаний, умений, навыков и профессионального опыта для столь специфической сферы, как туризм, должно опираться на базовые и проверенные педагогической практикой стандарты профессионального образования, систему концепций, моделей, понятий и представлений, образованных в единое целое — **государственную систему непрерывного профессионального образования**. Мировой опыт свидетельствует, что профессиональное образование только тогда может стать жизнеспособным и отвечающим потребностям рынка, когда сама отрасль будет нести ответственность за разработку и поддержку структуры профессионального обучения.

В основе удовлетворения спроса на рынке занятости должны лежать регулярные консультации между учебными заведениями и организациями, занимающимися практической деятельностью.

Туристские предприятия должны участвовать в определении содержательной части системы профессионального туристского образования. Возможность для этого появится, если под эгидой Министерства спорта и туризма создать общественный совет по профессиональному туристскому образованию. В его состав целесообразно включить представителей заинтересованных министерств и ведомств, ведущих учебных заведений республики, предприятий туристской индустрии. Именно в этом случае появится реальная возможность участия профессионалов-практиков в подготовке государственных образовательных стандартов.

Неотложной, на наш взгляд, является также задача создания при Министерстве спорта и туризма специального учебно-научно-методического центра (института, академии — дело не в названии). Это позволит объединить и консолидировать немногочисленные силы имеющихся в республике “теоретиков” туризма и высококвалифицированных практиков для решения важнейших задач кадрового обеспечения развития туризма. Основные задачи подобного учреждения следующие:

разработка и реализация концепции государственной системы профессионального образования;

разработка программ и повышение уровня квалификации всех групп и категорий работников, занятых в индустрии туризма;

методическое обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для туризма;

проведение научных исследований по проблемам развития туризма;

консультационная деятельность;

содействие развитию сети учебных заведений, специализирующихся в области подготовки туристских кадров;

подготовка и издание учебников, учебных пособий, методической и справочной литературы и т.д.

На наш взгляд, деятельность подобного учреждения должна быть основана главным образом не на формировании обширного штата сотрудников, а на организации деятельности временных творческих коллективов, создаваемых для решения конкретных задач.

Принятый на 1994 г. девиз Всемирной туристской организации “Качество кадров — качество туризма” продлен до конца столетия. Как нельзя более актуален этот девиз для нынешней ситуации на рынке туризма в республике.

Н. В. Савина
БГЭУ (Минск)

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Новый виток развития туристского бизнеса Республики Беларусь вызвал более пристальное внимание к организации экскурсионно-туристских маршрутов.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельностью были выбраны развитие въездного и культурно-познавательного туризма, что дает основания надеяться на оживление экскурсионной деятельности.

Несмотря на незначительное количество фирм, получивших право деятельности на экскурсионном туристском рынке (немногим более 100 из прошедших лицензирование), все же можно определить некоторые тенденции в спросе на экскурсии: