

УДК 355.237+338.48

Лещенко В.С.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Leshchenko V.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

ИЗУЧЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

В статье рассмотрены особенности зарубежного опыта подготовки кадров в индустрии туризма, выявлены основные проблемы подготовки специалистов белорусских профильных вузов.

Ключевые слова: сфера туризма; подготовка кадров; специалисты; студенты; практический опыт; программы обучения.

STUDY OF FOREIGN EXPERIENCE IN TOURISM TRAINING

The article examines the features of foreign experience in training personnel in the tourism industry, identifies the main problems of training specialists of Belarusian specialized universities.

Keywords: tourism industry; personnel training; specialists; students; practical experience; training programs.

В современных условиях сфера туризма и гостеприимства – одна из крупных и быстро развивающихся отраслей экономики. Во всей отрасли туристической первое место отведено туризму и гостеприимству.

Сфера туризма и гостеприимства включает в себя разные отрасли и виды деятельности, принадлежащие к материальному производству и непродуцированной сфере. Как правило, выделяются такие составляющие сферы туризма и гостеприимства, как размещение, реализация услуг, трансфер, экскурсионное обслуживание, питание, лечение и оздоровление, досуг и развлечения.

Сфера туризма – это межотраслевой хозяйственный комплекс, который основывается на создании туристического продукта, удовлетворяющего потребности населения.

В процессе интенсивного развития индустрии туризма и внедрения инноваций в деятельность туристических предприятий актуальными становятся вопросы обеспечения туристических предприятий квалифицированными кадрами, которые могли бы обеспечить долгосрочную конкурентоспособность предприятий сферы индустрии туризма. Динамичное развитие туристического бизнеса в условиях жесткой конкуренции определяет новые требования к подготовке кадров [1].

Подготовка кадров в сфере туризма – это планомерная и организованная подготовка квалифицированных специалистов предприятий туристической дея-

тельности, занимающихся формированием, продвижением и реализацией туристического продукта [2].

Менеджмент в туризме играет выдающуюся интегративную роль. Поэтому не случайно основой профессионального туристического образования стали не технология, инжиниринг, экономика, экология и даже не маркетинг, а именно менеджмент как направление, в максимальной степени способное реализовать системообразующую и интегративно-генерирующую функции туризма. Поэтому менеджер в туристической деятельности должен не только владеть знаниями об определенном туристическом направлении, но и быть психологом, который чувствует своего клиента, обладать знаниями основ международного права и быть готовым ответить на любой вопрос потенциального потребителя.

Основные мировые центры подготовки кадров для туристической отрасли были основаны в начале и середине двадцатого века. Больше всего учебных заведений, готовящих персонал для сферы туризма в Великобритании – 37, Испании и Италии – по 28, Франции – 22; в Северной и Южной Америке выделяются Канада – 25, США – 22 и Чили – 12, а в азиатско-тихоокеанском регионе: Австралия – 16, Китай – 6, Филиппины – 5 и Япония – 4.

Специалисты по туризму особо отмечают высокое качество образовательных программ в области туристического и гостиничного менеджмента в Корнельском университете (Cornell University) в США, в Институте международного гостиничного менеджмента (Institut de Management Hotelier International) в Швейцарии, в Институте туризма экономического Университета Вены (Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft) в Австрии [3]. Согласно статистике карьерного департамента Glion и Les Roches, более 90 % выпускников швейцарских институтов туризма получают одно или несколько предложений о работе.

Преимущество программ иностранных учебных заведений заключается в количестве часов практики и стажировок, которые превосходят аналогичные программы белорусских вузов. 80 % учебного плана составляют практические занятия. Студенты изучают основы сервиса, разрабатывают групповые проекты, составляют бизнес-планы и разбирают реальные кейсы, проходят обязательную оплачиваемую стажировку. Кроме этого, руководители предприятий сферы туризма могут пригласить заинтересовавшего их студента на работу/стажировку с гарантией последующего трудоустройства в свою организацию по окончании обучения. Таким образом, выигрывают обе стороны – предприятие «возвращает» своего специалиста еще с момента его обучения в УВО, а студент оказывается дополнительно мотивированным на успешную учебу.

Каждое лето зарубежные вузы проводят специализированные курсы для студентов, которые хотят ознакомиться с будущей профессией перед поступлением на долгосрочные программы, сроком от 1 до 2 недель. В процессе обучения студенты имеют возможность сменить кампус и продолжить свое обучение в Швейцарии, Китае или Великобритании. Это позволяет им изучить особенности культур туризма и гостеприимства и деловой практики главных туристических

рынков. В дальнейшем студенты могут продолжить изучать основную программу или выбрать одну из предлагаемых им специализаций.

Теоретические знания в обязательном порядке закрепляются обширной практикой. Такую практику целесообразно реализовывать и белорусским учебным заведениям, что позволит повысить качество подготовки будущих специалистов и обеспечить сферу туризма сильными молодыми кадрами.

1. Никольская, Е. Ю. Стратегия управления человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства и туризма / Е. Ю. Никольская. – М.: РИСК, 2008. – № 2.

2. Полевая, М. В. Особенности подготовки кадров для индустрии туризма: отечественный и зарубежный опыт / М. В. Полевая. – М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента», 2012.

3. Какенов, С. Подготовка туристских кадров: реалии и перспективы развития / С. Какенов // Ветер странствий. – 2009. – № 5. – С. 15.

УДК 339.13:379.85

Михайлова О.Н., канд. техн. наук, доцент

Драбо Е.А., магистр управления

Белорусский государственный университет физической культуры

Республика Беларусь, Минск

Mikhailava V., Cand. Sc. (Technology)

Draba A.

Belarusian State University of Physical Culture

Republic of Belarus, Minsk

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УЧАСТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ВЫСТАВКАХ

В статье рассмотрен процесс подготовки и участия туристических предприятий в выставках.

Ключевые слова: выставка; туристическое предприятие; маркетинговые исследования.

MARKETING ASPECTS OF THE PARTICIPATION OF TOURISM ENTERPRISES IN EXHIBITIONS

The article discusses the process of preparation and participation of tourism enterprises in exhibitions.

Keywords: exhibition; tourist enterprise; marketing research.

Среди инструментов маркетинговой политики туристического предприятия (реклама, личные продажи, стимулирование сбыта и др.) выставки занимают