

Секция «Педагогическое образование и образовательные технологии»

Формирование готовности бакалавров туризма к анимационной деятельности в условиях ВУЗа

Портных Александр Валерьевич

Аспирант

*Югорский государственный университет, Гуманитарный институт,
Ханты-Мансийск, Россия*

E-mail: SanchosP2011@yandex.ru

Туризм - уникальный общественный институт, органично совмещающий в себе возможности воздействия на весь комплекс здоровья человека. Основной функцией туризма, с социальной точки зрения, можно признать воспроизводящую функцию, направленную на восстановление сил, затраченных при выполнении определенных производственных и бытовых функций. При этом отдых не ограничивается инертной формой и восстановлением физических и психических сил, а включает развлечения, обеспечивающие изменения характера деятельности и окружающих условий, активное познание новых явлений природы, культуры и т.д. [1].

В настоящее время рынок туристских услуг пополняется большим количеством не только экскурсионных, но и анимационных программ. Некоторые мировые туристские маршруты пользуются наибольшей популярностью именно благодаря зрелищным мероприятиям. Например, карнавал в Рио-де-Жанейро (Бразилия), коррида (Испания), встреча Санта-Клауса (Финляндия). То есть формируется новый вид туризма - зрелищный туризм, который имеет свою специфику, внутреннее содержание, своих потребителей.

Зарубежный туристский рынок достаточно хорошо насыщен анимационными программами, которые позволяют расширять границы зрелищного туризма.

В России анимация развивается замедленными темпами, но на рынке туристских услуг всё же предпринимаются попытки ввести в некоторые туристские маршруты программы, которые можно отнести к анимационным культурно-познавательным программам.

Анимационная (от латинского anima - душа; animatus - одушевление) или досуговая, деятельность человека, прежде всего, связана с рекреацией (от англ. recreation - восстановление сил). В Толковом словаре туристских терминов понятие «рекреация» определяется как «расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных)». Энциклопедия туриста определяет рекреацию как «восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, в том числе занятий туризмом» [2].

В ходе рассмотрения данной темы были использованы труды исследователей, в особенности работы Булыгиной И.И., Гаранина Н. И., Ветитнева А.М. В книгах данных авторов подробно изучены вопросы о важности и актуальности анимационного менеджмента. В работах Булыгиной И.И., Гаранина Н.И. раскрывается понятие и сущность анимации, вопрос о значении достаточной материальной базы для обеспечения плодотворной работы анимационной службы гостиниц и санаториев, приведены примеры

грамотного построения организационной структуры анимационной службы, правильно спланированная программа анимации и т.д.

Проблема в том что, при организации турмаршрутов и работе с туристами не всегда уделяется должное внимание профессиональной подготовке тураниматоров еще на ранней стадии, т.е. в вузе. Не проработаны соответствующие методики и формы обучения данных специалистов в условиях вуза. Это затормаживает деятельность отечественных туркомплексов и делает туры менее привлекательными и более скучными, что в свою очередь уменьшает поток туристов.

Роль образовательного компонента в процессах социально-культурного просвещения молодежи в настоящее время значительно возрастает. В связи с интенсификацией роста туризма, совершенствованием материально-технической базы гостиничных и развлекательных комплексов, детских оздоровительных и санаторно-курортных учреждений, разнообразия предоставляемых ими услуг, а так же потребностей туристов, современное состояние на рынке туристских услуг, а в частности предпринимательский сектор, обусловило востребованность высококвалифицированных, компетентных, социально адаптированных, креативных менеджеров, способных к аналитическому мышлению, – специалистов туристского профиля.

Работая на предприятиях сферы туризма не достаточно иметь профессиональное туристское образование или опыт работы, необходимо так же владеть определенным набором профессиональных и личностных качеств. К личностным качествам можно отнести: коммуникабельность, находчивость, терпимость, ответственность, приветливость, интеллигентность, отсутствие вредных привычек и другие. К профессиональным качествам: креативность мышления, актерские способности, основы делового этикета и протокола, умение организовывать коллектив или группу, знание иностранных языков и другие немаловажные качества и умения, которые в настоящее время не в полной мере удастся сформировать у студентов в период обучения в вузе и что составляет предмет исследования.

Формирование перечисленных качеств у бакалавров туризма в условиях вуза будет способствовать:

- формированию конкурентного западу, рынка туристских услуг;
- благоприятной деятельности туристской организации;
- финансовым доходам туристской организации;
- профессиональному совершенствованию и карьерному росту;
- увеличению потока клиентов;
- создание доброжелательных и комфортных условий работы и т.д.

Эта проблема становится актуальной в силу не совершенствования методической и практической базы туристской анимации, что является одним из сдерживающих факторов подготовки конкурентоспособных и квалифицированных бакалавров туризма на рынке труда.

По мнению одного из известных аналитиков кадрового агентства В.В. Чернецова в статье «Специалисты туристической отрасли на рынке труда», кадровые проблемы российских предприятий туризма связаны с тем, что пока нет достаточного числа специалистов-профессионалов: программистов, системных администраторов, менеджеров информационных проектов, креативных арт-менеджеров, способных создавать и внедрять новые средства и системы. Порой отсутствие достоверной и надежной ин-

формации о состоянии рынка туристических услуг, отсутствие привычного для западного клиента сервиса, высокого уровня обслуживания (ведь доброжелательность, ответственность, приветливость персонала никакой новейшей техникой не заменишь) затрудняют работу предприятий туристической отрасли. Поэтому, подбирая персонал, руководителям надо ориентироваться на преодоление этих сложностей.

В связи с приведенными выше факторами, оказывающими значительное воздействие на развитие анимационных услуг на рынке труда, задача, стоящая перед вузами России и в частности ХМАО-Югры, готовить бакалавров туризма широкого профиля, учитывая потребности общества.

Необходимо разрабатывать и внедрять в учебный процесс комплекс следующих мер по формированию готовности бакалавров туризма к анимационной деятельности:

1. В период обучения направлять студентов на производственную практику не только на предприятия туроперейдинговой и турагентской сферы, но и в гостиницы, туристские базы и комплексы, экскурсионные бюро, развлекательные центры, спортивно-оздоровительные и санаторно-курортные учреждения, парки аттракционов и отдыха и т.д., постоянно пополняя этот список;

2. Формировать у студентов, посредством организации и проведения внутривузовских и внутри институтских мероприятий развлекательного характера (праздников, акций, фестивалей, олимпиад по туризму, соревнований, туристских слетов, студенческих традиций и т.д.) профессиональные и личностные качества, способствующие профессиональному совершенствованию бакалавра;

3. Налаживание путей сотрудничества и коммуникаций, как на российском, так и на международном уровне для организации прохождения практики или трудоустройства на предприятиях санаторно-курортного типа, а так же в отелях стран Востока и Европы, в пики туристской активности и сезонов;

4. Разработка и внедрение, преподавателями, учебно-методических пособий и спецкурсов по дисциплинам «Технология организации анимационных услуг» или «Менеджмент туристской анимации», включающих блоки уроков проектирования анимационных программ и маршрутов, техник и технологий, алгоритмов и методик творческой деятельности, практических задач и заданий по видам туристской анимации, примеры технологий создания и тематик анимационных мероприятий;

5. Привлечение специалистов ведущих отечественных и зарубежных анимационных школ и подобных заведений для организации семинаров, тренингов, спецкурсов для бакалавров туризма и т.д.;

6. При возможности, создание на базе кафедр по туризму факультативов, курсов анимационных школ или подготовки сервисных групп (служб этикета) для обслуживания крупных событийных мероприятий и организации практической анимационной деятельности средством участия в экскурсионных маршрутах, турах и других мероприятиях. Это позволит как можно ближе познакомиться с сущностью и принципами будущей профессии.

Итак, на основе изложенного можно сделать следующие выводы:

- Международный туризм играет всё более заметную роль в мировой экономике и становится одним из важнейших его факторов.
- Все большее значение уделяется анимационным технологиям в туризме.
- В современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг

невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности.

- Анимация в отелях и туркомплексах играет большую роль в создании благоприятного психологического климата в гостинице, тем самым создаёт предпосылки для повторного приезда гостей, что заметно способствует увеличению имиджа и дохода данной гостиницы.

- Глобальный рост и развитие туризма во всем мире оказывает большое влияние на содержание и организацию профессионального туристского образования, и делать акцент, в том числе на дисциплины, которые способствуют профессиональному самоопределению бакалавров.

- По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг.

Социальная направленность развития индустрии развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) по сути своей формирует и развивает личность, а значит, готовит компетентного и высококлассного специалиста туристского профиля. Заполняя развлечениями, часть своего свободного времени человек восстанавливает себя и как трудовую единицу.

Участие высшего учебного заведения в подготовке специалистов и бакалавров туризма должно сыграть очень важную роль, предполагая всестороннее их развитие и совершенствование профессиональных навыков, готовность к трудовой деятельности.

Литература

1. Власова Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.
2. Приезжева Е.М. Анимационный менеджмент: учебно-методическое пособие / Е.М. Приезжева; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2007. – 357 с.
3. Профилактическая роль культуры и искусства: материалы региональной научно-практической конференции (г. Тюмень, 27 ноября 2009 г.) / науч. ред. Е.Б. Заболотный. – Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. – 248 с.
4. Социум. Культура. Личность. Досуг: материалы II Всероссийской научно-практической конференции (г. Тюмень, 21-22 апреля 2011 г.) / науч. ред. Е.М. Акулич. – Тюмень: РИЦ ТГАКИСТ, 2011. – 196 с.

Слова благодарности

Конференция «Ломоносов 2012»

Благодарю организаторов данной конференции и форума "Ломоносов" за оригинальный и профессиональный подход регистрации участников и размещения статей! Очень надеюсь на участие в данном мероприятии!