

КОМПОЗИЦИОННОЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ТУРИЗМА

И.М. Карицкая

Новосибирский государственный
университет экономики и управления

irina-karickaya@yandex.ru

Статья посвящена описанию проведенного автором композиционного социологического исследования ассоциированных социальных субъектов и объектов, отличающихся по своим признакам и характеристикам, а также их взаимодействий, осуществленного с применением различных количественных и качественных методов, принятых в социологии.

Ключевые слова: композиционное социологическое исследование, профессионализация, профессионализм, социально-профессиональная компетентность.

Процесс профессионализации различных сфер социальной деятельности неразрывно связан с профессионализацией субъектов, осуществляющих свою профессиональную деятельность в данной социальной сфере. Субъекту для вхождения в профессиональное пространство и развития профессионализма требуется сформированная социально-профессиональная компетентность.

Социально-профессиональная компетентность как комплексная личностная характеристика субъекта имеет определенную структуру, формируется в образовательном пространстве, проявляется и совершенствуется в процессе профессиональной деятельности и является основой становления его профессионализма. Профессионализм субъекта выступает базовым условием профессионализации сферы его деятельности.

На этапе формирования социально-профессиональной компетентности субъекта и становления его профессионализ-

ма необходимо взаимодействие субъектов, осуществляющих профессиональную деятельность в соответствующей сфере, и института образования. Взаимодействие профессиональной сферы туризма и вузов можно охарактеризовать как сложный, многоплановый процесс, в котором субъекты совершают определенные целенаправленные социальные действия, следствием которых являются изменения в соответствующей профессиональной сфере, социальном институте образования и обществе в целом. Взаимодействие приводит к становлению новых социальных отношений на всех уровнях социальной реальности.

Необходимость научных исследований туризма как сферы профессиональной деятельности, выявления и описания условий его профессионализации и управления этим процессом обусловлена комплексом социальных факторов. С одной стороны, туризм – это социальный феномен, специфическая форма реализации индивидуаль-

ных потребностей человека и социальных потребностей общества, с другой – объект экономической реальности, прибыльное коммерческое предприятие. Туризм – это и сложно управляемая система профессиональных связей, объединяющих многочисленные предприятия туристской индустрии и способствующих реализации социальных функций туризма. Данные предприятия значительно различаются между собой по функциональным особенностям, формам собственности, территориальному расположению организации. Разнообразие трудовых функций, выполняемых работниками сферы туризма, объясняется тем, что все они направлены на удовлетворение специфической комплексной социальной потребности людей.

Профессионализм и формирование готовности к профессиональной деятельности в сфере туризма – это проблема, значимая как для данной сферы, так и для сферы образования. Неоднозначное понимание содержания социально-профессиональной компетентности как основы профессионализации сферы туризма и различные требования к подготовке специалистов для сферы туризма со стороны представителей профессиональной сферы туризма – бизнес-сообщества и вузов – диктуют необходимость выявления их причин и изучения содержания.

Автором проведено композиционное описательное социологическое исследование содержания профессионализма и социально-профессиональной компетентности как основы профессионализации сферы туризма. Целью проведенного исследования являлось определение смыслового наполнения понятий «профессионализм» и «социально-профессиональная компетентность» субъектами бизнес-сообщества

сферы туризма и сферы образования и выявление приемлемых направлений и форм социального взаимодействия между ними.

Композиционное социологическое исследование мы понимаем как комплексное исследование ассоциированных социальных субъектов и объектов, отличающихся по своим признакам и характеристикам, а также их взаимодействий, осуществляемое с применением различных количественных и качественных методов, принятых в социологии. Представленное социологическое исследование позиционировано как композиционное, так как, во-первых, были исследованы элементы двух социальных институтов – туризма и образования; во-вторых, исследовались как субъекты (руководители профессиональных ассоциаций сферы туризма Сибирского федерального округа, руководители и ведущие менеджеры фирм-туроператоров), так и объект (содержание и организация профессиональной подготовки по специальности «Социально-культурный сервис и туризм»); в третьих, при исследовании субъектов были использованы как количественный (анкетирование), так и качественный (экспертное интервью) методы; в четвертых, при исследовании содержания профессиональной подготовки специалистов по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» в вузах был применен метод контент-анализа.

На первом этапе был проведен контент-анализ документов, регламентирующих содержание и организацию учебного процесса в вузах СФО (государственный стандарт, 22 учебных плана, 44 рабочие программы основных дисциплин специальности), а также должностных инструкций специалистов сферы туризма. На основании проведенного анализа выявлены основные базовые

компоненты социально-профессиональной компетентности, их содержание и соответствующие профессиональные качества, необходимые специалисту сферы туризма для качественного исполнения различных должностных обязанностей (таблица).

Т а б л и ц а

Соответствие компонентов социально-профессиональной компетентности профессиональным качествам специалиста

Базовые компоненты СПК	Содержание компонентов СПК	Профессиональные качества
Исследовательско-познавательные	Умение находить и систематизировать различные источники информации по определенному критерию; использовать рациональные способы поиска, преобразования, систематизации и хранения информации, использование ее в необходимых ситуациях интеллектуальной познавательной деятельности; потребность в саморазвитии	Общий образовательный уровень Умение работать с большим объемом информации Экспрессивность Умение слушать
Организационно-административные	Иметь опыт осуществления разных видов деятельности (познавательной, учебной, игровой, исследовательской, оценочной и др.); умение видеть и формулировать проблему, предлагать способы ее решения; знание средств и способов деятельности – анализ, планирование, проектирование, моделирование, прогнозирование	Оригинальность, инновационность, безынтерционность мышления Аттрактивность Организаторские способности
Мотивационно-коммуникативные	Готовность вступать в общение по познавательным и деловым мотивам; умение вести цивилизованный диалог; навыки публичного выступления и письменной речи, иноязычного общения; умение строить партнерские отношения, работать в команде, организовывать работу исполнителей, находить и принимать общие управленческие решения; понимание значения своих социальных функций, способность брать на себя ответственность, уважение и принятие другого; готовность принять ответственность за свой выбор	Трудовая мотивация Умение работать в группе Психологическая саморегуляция Эмпатия Адаптивность Антиномичность Бесконфликтность

Выявлено, что дисциплины, включенные в учебные планы, а также их содержание, раскрываемое в учебных программах, в целом соответствуют требованиям профессиональной деятельности. Однако вузовское образование оказалось несколько ограниченным: выраженная теоретическая направленность сочетается со

слабой практической составляющей обучения.

Недостаточная практическая ориентированность обусловлена ограниченностью времени практических занятий и особенно различных видов практик, позволяющих приобрести необходимые компетенции. Согласно результатам исследования в сред-

нем соотношение теоретических и практических занятий в вузах Сибирского Федерального Округа пропорционально 1 : 2, но при этом практические занятия проводятся не в условиях реальной профессиональной деятельности, а в учебных аудиториях. Общая продолжительность различных видов практик составляет от 6 до 12 % учебного процесса. В то время как в европейских странах (Германии, Франции, Швейцарии), где сильны традиции практико-ориентированного образования в сфере туризма, различные виды практик занимают от 30 до 50 % учебного процесса. В России отдельные университеты, например РГУТИС, также усиливают практическую компоненту. Однако в Сибирском федеральном округе вузы пока сохраняют традиционную структуру учебных планов, лишь увеличивая долю практических занятий, которые проводятся в основном в вузовских аудиториях, а не в реальных условиях профессиональной деятельности.

Исследование профессиональной сферы туризма с применением количественных и качественных методов, включающее экспертное полужформализованное интервью и анкетирование, было проведено для выявления представлений бизнес-сообщества сферы туризма о профессионализме и содержания социально-профессиональной компетентности, а также определения приемлемых направлений и форм социального взаимодействия с вузами.

При проведении интервью использовался метод сплошной выборки. В качестве экспертов были выбраны руководители 10 туристских ассоциаций, действующих в Сибирском федеральном округе. Выбор обусловлен тем, что руководители ассоциаций являются наиболее активными представителями профессиональной сферы

туризма, совмещая управление и профессиональными ассоциациями, и крупными фирмами-туроператорами. Данные субъекты активно взаимодействуют со всеми представителями туристской индустрии, органами власти, а также осуществляют непосредственную деятельность, связанную с формированием и реализацией туристского продукта.

Интервью включало два блока. Первый блок ориентирован на выявление специфических качеств профессионала сферы туризма. Второй – на оценку необходимости взаимодействия профессиональной сферы туризма и вузов.

Анализ результатов интервью показал, что основными характеристиками, определяющими профессионала в области туризма, эксперты считают:

- умение поставить работу на приоритетное место относительно свободного времени, личных дел, а часто и физического самочувствия;
- умение работать с клиентами, «идти навстречу во всех вопросах»;
- способность быстро и продуктивно договариваться с коллегами, чиновниками и своим коллективом;
- способность нести ответственность за свои действия и их последствия. По мнению троих экспертов, это качество – основа деловой репутации в профессиональной сфере туризма;
- способность удерживать в памяти большой объем информации и в нужный момент актуализировать ту ее часть, которая востребована в профессиональной деятельности;
- умение работать со специальными компьютерными программами.

Качества, мешающие успешному выполнению профессиональных задач, мож-

но разделить на две группы – личностные и специальные профессиональные. К первой группе относятся инертность, нежелание активно работать, неспособность к обучению, отсутствие сообразительности, безответственность, некоммуникабельность; ко второй – незнание программного обеспечения, иностранного языка и географии. И первая, и вторая группы качеств связаны, по нашему мнению, с несформированной социально-профессиональной компетентностью.

Экспертные мнения о необходимости взаимодействия профессиональной сферы туризма и сферы образования в процессе формирования социально-профессиональной компетентности специалистов неоднородны: пятеро экспертов считают, что такое взаимодействие полезно, двое экспертов уверены в его необходимости, двое сомневаются в полезности взаимодействия, один эксперт не видит в нем смысла. Таким образом, однозначных отрицательных ответов не отмечалось и большинство экспертов видят перспективы такого взаимодействия.

Анализируя мнения экспертов о пользе сотрудничества, мы выявили, что «польза» рассматривается экспертами не только с точки зрения их профессиональной деятельности, но и с позиции социальной значимости: все эксперты в первую очередь определили тех субъектов, для кого такое сотрудничество будет полезно. При этом половина интервьюированных считают, что сотрудничество, прежде всего, будет полезно студентам, трое видят в нем возможность решить собственные проблемы за счет привлечения «дополнительных рабочих рук», двое экспертов выразили опасение, что процесс сотрудничества доставит им дополнительные хлопоты.

При изучении мнения респондентов об их готовности к взаимодействию с вузами важно было выявить желание взаимодействовать, личную готовность экспертов принять на себя определенные обязательства, поскольку они являются и координаторами деятельности (как руководители ассоциаций), и практиками (как директора турфирм). По результатам исследования, более половины экспертов не актуализируют для себя лично такое взаимодействие как некую социальную и профессиональную потребность. Треть экспертов открыты для сотрудничества и готовы активно принимать участие в различных формах взаимодействия. На основании анализа результатов интервью можно сделать вывод о том, что бизнес-сообщество не готово быть активным инициатором взаимодействия с вузами при подготовке будущих специалистов, однако не отрицает потенциальной возможности извлекать пользу из взаимодействия при условии инициативы со стороны вуза.

Для того чтобы выявить основные требования представителей бизнес-сообщества к уровню и содержанию социально-профессиональной компетентности специалистов, принимаемых на работу в турфирмы, а также определить направления и формы социального взаимодействия между бизнес-сообществом и вузами, нами проведено анкетирование туроператорских фирм, действующих на территории 11 субъектов Сибирского федерального округа. Доля исследованных туроператоров оказалась следующей: Республика Алтай – 33,3 %; Республика Бурятия – 13,3 %; Республика Хакасия – 25 %; Алтайский край – 28,6 %; Забайкальский край – 17,6 %; Красноярский край – 25 %; Иркутская область – 11,6 %; Кемеровская

область – 4,4 %; Новосибирская область – 85,4 %; Омская область – 26,7 %; Томская область – 37,5 %.

На основании анализа результатов анкетирования мы выявили следующее.

Уровень профессионального образования работников туроператорских фирм Сибирского федерального округа. 90 % имеют высшее образование. Однако специалисты с профильным высшим образованием работают лишь в 28 обследованных туроператорских фирмах. Такое соотношение, с одной стороны, свидетельствует о достаточно высоком образовательном уровне, но с другой – выявляет дефицит специалистов с профильным образованием в сфере туризма.

Требования, предъявляемые к опыту профессиональной деятельности. 60 % туроператоров отдают предпочтение кандидатам, имеющим опыт. Но вместе с тем для 73 % респондентов его отсутствие может быть компенсировано наличием у кандидатов высшего образования в сфере туризма либо наличием опыта общения с кандидатом во время прохождения им практики или стажировки, либо хорошая репутация вуза, выпускником которого является кандидат. Перечисленные критерии можно рассматривать как формальные и неформальные требования подтверждения профессиональной пригодности кандидатов и их способности выполнять поставленные задачи.

Требования, предъявляемые к уровню и профилю компетентности кандидатов при приеме на работу, включают две составляющие: специальные знания и личностные качества. К первым относятся: знания менеджмента туризма (59 %), ПК и оргтехники (51 %), специальных компьютерных программ (40 %), ведение документооборота (40 %), знание иностран-

ного языка (33 %). Ко вторым: коммуникабельность и ответственность (по 100 %), бесконфликтность (90 %), умение работать в команде (61 %), доброжелательность и добросовестность (по 50 %), честность и умение управлять своими эмоциями (по 33 %), обязательность (20 %), устойчивость к стрессам (15 %), активность (10 %), стремление быть лидером и настойчивость (по 6 %), умение признавать ошибки (4 %). Таким образом, данные требования отражают специфику повседневной деятельности, обусловленную многочисленными деловыми контактами и напряженным ритмом труда. Большинство личностных качеств характеризуют уровень развития социальной компетентности специалиста.

Недостатки подготовки специалистов для сферы туризма в вузах Сибирского федерального округа. К числу теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления профессиональной деятельности, но отсутствующих или недостаточно развитых у выпускников профильных вузов, респонденты отнесли: знание специальных компьютерных программ (90 %), умение общаться с клиентами (82 %), знание страноведения (78 %), работа с документами (67 %), знание законодательства в сфере туризма (52 %), знание иностранного языка (50 %). Большинство выделенных качеств отражает недостаточный уровень развития профессиональной компетентности специалистов.

Личное участие в образовательном процессе вузов, осуществляющих подготовку специалистов для сферы туризма. 90 % респондентов полагают, что для них такое участие целесообразно. Наиболее приемлемыми формами участия были определены курирование различных видов практик непосредственно на

фирме и проведение практических занятий в вузе.

По результатам интервью и анкетирования был составлен профессиональный абрис специалиста сферы туризма. В контексте социально-профессиональной компетентности он отражает три составляющие: личностную, функциональную и специфическую.

Профессиональная деятельность в сфере туризма актуализирует, прежде всего, качества личности, характеризующие уровень ее коммуникативной культуры: коммуникабельность, бесконфликтность, умение работать в команде, сохранять спокойствие и доброжелательность в любой ситуации.

Функциональная составляющая включает знания и умения, позволяющие выполнять трудовые действия, например свободное владение иностранными языками, знание специальных компьютерных программ и операционных систем, современной оргтехники, умение использовать разнообразные технические средства.

Специфическая составляющая, отражающая особенности взаимодействий субъектов в профессиональной сфере туризма и характеризующая сформированность профессионального самосознания специалиста, включает:

– социальную открытость, проявляющуюся в общирности, многочисленности и разнообразии контактов, осуществляе-

мых как с клиентами, так и с партнерами по бизнесу, многие из которых не знакомы субъекту лично;

– деловую репутацию, имеющую огромное значение в профессиональной сфере туризма, где многие вопросы, в том числе и финансовые, решаются, по словам экспертов, «на честном слове»;

– временную неопределенность периода рабочего времени, так как он не ограничен четкими рамками; профессиональная деятельность в туризме, по мнению экспертов, это «образ жизни», «круглосуточное понятие».

В целом проведенное композиционное социологическое исследование показало, что взаимодействия между бизнес-сообществом и вузами, направленные на повышение уровня социально-профессиональной компетентности будущих специалистов и осуществляемые в настоящее время, недостаточно систематизированы, часто носят фрагментарный характер и поэтому малоэффективны. В то же время большинство действующих руководителей и менеджеров организаций профессиональной сферы туризма в той или иной степени готовы объединить усилия с вузами и принять участие в формировании социально-профессиональной компетентности будущих специалистов, однако проявить инициативу и разработать конкретные формы взаимодействия они предлагают вузам.