



АРХАНГЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Архангельской области «Архангельский государственный многопрофильный колледж»

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕМА 1.2 Особенности учебного процесса

в профессиональной образовательной организации по специальности Гостиничное дело

Понятие профессионального роста

Современные социально-экономические условия развития сферы гостеприимства определяют потребность в высококвалифицированных кадрах, обладающих комплексом качеств и компетенций, значимых в личностном и профессиональном планах. Формирование их невозможно без опоры на профессиональные ценности, а наличие этих качеств дает возможность эффективной реализации личности в профессии.

В условиях рынка персонал гостиницы выступает одним из наиболее значимых ресурсов, влияющих на степень эффективности ее функционирования. В связи с этим важная роль в управлении кадрами отводится объективной оценке и максимальному раскрытию потенциала сотрудников, что невозможно в условиях их неудовлетворенности собственной трудовой деятельностью (условиями труда, его оплатой, системой материального и нематериального стимулирования, кадровой политикой и т. п.).



Возможности профессионального роста и продвижения по карьерной лестнице являются значимым фактором в повышении уровня удовлетворенности кадров трудовой деятельностью. Вместе с тем потребность в профессиональной самореализации — одна из важнейших в ряду социальных потребностей — не сводима исключительно к большому заработку и выполнению руководящих функций. Неотъемлемыми элементами в структуре данной потребности выступают стремление к решению масштабных задач, достижение высокого уровня профессионального мастерства, расширение спектра освоенных компетенций, творческий подход к разрешению проблемных ситуаций и др.

Профессиональным ростом называется специфическое направление целенаправленной деятельности, ориентированной на формирование комплекса знаний, умений, навыков, ценностных и поведенческих установок, а также личностных качеств, на которых базируется профессиональная компетентность специалиста.

Профессиональный рост сотрудника как универсальная модель его становления в профессии предполагает прохождение трех обязательных этапов: профессионального самоопределения, профессиональной адаптации и трудовой реализации.

Первый из названных этапов связан с профориентацией человека, выбором сферы дальнейшей трудовой деятельности. Данный этап является базовым для определения профессиональных ориентиров, формирования значимых для избранной сферы компетенций и качеств. Исходя из своих склонностей, способностей и интересов, а также социальной значимости, востребованности, перспективности предполагаемой сферы деятельности, человек делает выбор в пользу той или иной профессии, что неизбежно ведет к оптимизации профессионального развития личности.

Этап профессиональной адаптации является логическим продолжением профессионального развития личности, начатого на этапе выбора профессии. В современной социологии под профессиональной адаптацией понимается специфический социальный процесс, предполагающий включение в профессиональную среду. При этом процесс адаптации не является единонаправленным и осуществляется одновременно по трем векторам: собственно профессиональному, трудовому и социальному. Профессиональная адаптация нацелена на осознание личностью сущности своей профессии во взаимосвязи с практической деятельностью. В ходе данного этапа осуществляется оценка индивидом своих профессиональных ресурсов по критерию их востребованности. В результате определяется комплекс наиболее значимых (а следовательно, требующих совершенствования) качеств и компетенций, которые обеспечат успешную реализацию в профессии. Помимо этого, в процессе профессиональной адаптации оцениваются перспективы деятельности сотрудника в данной организации, возможности его дальнейшего роста как профессионала.

Завершающим и в связи с этим в большей степени важным этапом профессионального роста является трудовая реализация специалиста, которая во многом зависит от его субъективного взгляда и на профессию в целом, и на выполняемые им трудовые функции.

Из всего сказанного выше следует, что понятие «карьера» может рассматриваться и как процесс, и как результат. Иными словами, в данном явлении могут быть выделены динамический и статический аспекты. Так, при определении карьеры как продвижения по ступеням иерархии на первый план выводится именно динамический аспект. В статическом ключе карьера представляет собой совокупность сформированных и относительно постоянных ценностных ориентаций, для диагностики которых может быть использована методика «Якоря карьеры», предложенная Э. Шейном. С позиции статики рассматривает карьеру и новозеландский психолог К. Инксон, в трудах которого речь идет о стабильном механизме, обуславливающем определенное положение сотрудника в организационной иерархии.

Проявлением карьеры может стать не только внешнее продвижение по ступеням служебной лестницы, когда акцентируется именно динамический аспект с сопутствующей ему сменой должностей, но и внутреннее развитие, когда при видимой статистике положения сотрудника существенно изменяется комплекс освоенных им компетенций, что ведет к профессиональному росту. В последнем случае речь идет о так называемой «профессиональной карьере», которая предполагает либо совершенствование уже имеющихся навыков, либо расширение их спектра и универсализацию специалиста.

Развивающиеся под воздействием разных механизмов и имеющие различные проявления организационная карьера и профессиональная карьера не противостоят друг другу, а нередко, напротив, оказываются взаимосвязанными. Так, успешное построение сотрудником профессиональной карьеры благотворно влияет на эффективность его труда и чаще всего обуславливает повышение по служебной лестнице, т. е. стимулирует карьеру организационную, параллельно повышая уровень удовлетворенности специалиста условиями и результатами труда.

В качестве факторов, обуславливающих карьерный рост (или его отсутствие), Дж. Гринхаус рассматривает характеристики профессионального успеха, объединенные в следующие группы:

- 1) организационные характеристики компании;
- 2) стратегии построения карьеры;
- 3) межличностная коммуникация;
- 4) отношения с членами семьи;
- 5) стимулы и мотивация;
- 6) личностные качества;
- 7) инвестиции в человеческий капитал.

Наиболее общее подразделение факторов карьеры на внешние и внутренние подразумевает объединение в рамках первой группы всех обстоятельств, воздействующих на карьеру и одновременно не зависящих от воли самого сотрудника, а в составе второй группы — всех индивидуально-личностных черт, способствующих или, напротив, препятствующих построению карьеры.

Роль личностных качеств в развитии успешной карьеры не абсолютизируется, но и не умаляется большинством исследователей, сходящихся во мнении, что самоэффективность как комплексный фактор во многих случаях оказывает при прочих равных условиях решающее воздействие на карьерный рост. При этом под самоэффективностью понимается уверенность сотрудника в правильности, обоснованности и действенности принимаемых решений в комплексе с организаторскими способностями и коммуникативными умениями.

Обобщая сказанное, отметим, что профессиональный рост является неотъемлемым элементом карьеры специалиста, может осуществляться в различных направлениях и обуславливается совокупностью многообразных факторов, классифицируемых по различным критериям.

Проблема профессионального роста специалиста, работающего в сфере гостиничного сервиса, должна рассматриваться в контексте специфики туристской деятельности и с учетом таких важнейших особенностей туристского продукта, как его нематериальность и неразрывная связь с производителем. Так, гостиничные услуги как наиболее востребованная группа туристских услуг предполагают возможность их оказания производителем только при условии продолжения его существования и нормального функционирования на момент выполнения обязательств перед клиентом.

Указанная черта гостиничной услуги предопределяет и то обстоятельство, что производителем данного продукта выступает не только организация, с которой клиентом заключен договор (т. е. гостиница), но и непосредственно ее сотрудники, в должностные

обязанности которых входит личное обслуживание гостей. Иными словами, нераздельность туристской (в данном случае — гостиничной) услуги прослеживается и с отелем как предприятием, производящим и реализующим продукт, и с персоналом, фактически выполняющим обязательства отеля перед клиентом. Высокая технологичность гостиничной инфраструктуры и развитая материальная база отеля, безусловно, являются важными, но не определяющими моментами в обеспечении качества обслуживания, которое напрямую зависит от человеческого фактора.

Таким образом, грамотно выстроенная кадровая политика отеля может стать важным конкурентным преимуществом, обеспечивающим приемлемый коэффициент заполняемости гостиницы в среднем и низком сезонах.

Не менее значимой характеристикой гостиничных услуг является их динамичность, предопределяющаяся воздействием различных факторов, условно объединяемых в две обширные группы:

- 1) факторы, обусловленные реализуемой отелем кадровой политикой;
- 2) факторы, обусловленные специфическими запросами клиентов.

В целях обеспечения качества предоставляемых гостям услуг отеля, как правило, самостоятельно определяют и утверждают (с учетом обязательных требований со стороны законодательства) стандарты, по которым оценивается эффективность деятельности всех гостиничных служб. Вместе с тем стандартизация, в значительной мере содействующая повышению качества обслуживания в отеле, не гарантирует удовлетворенность клиента оказанной услугой, поскольку в данном случае чрезвычайно важно совпадение фактического результата с ожидаемым, что достигается благодаря незамедлительному отклику гостиницы на предъявляемые потребителем запросы и требования.

В структуре клиентских запросов выделяются как типовые, так и индивидуальные предпочтения, что затрудняет выработку универсального алгоритма действий персонала отеля, непосредственно контактирующего с гостями, особенно в периоды увеличения клиентского потока. Между тем именно удовлетворенность гостиничной услугой является определяющим условием для перехода клиента из разряда случайных в категорию постоянных, готовых в дальнейшем пользоваться услугами данного отеля и рекомендовать его другим лицам.

Формой предоставления гостиничного продукта является услуга, что обуславливает такие его характеристики, как неспособность к хранению и обязательность наличия клиента. Иначе говоря, возможности гостиницы на каждую конкретную дату ограничены имеющимся в ее распоряжении номерным фондом, и в случае превышения спроса над предложением отель неизбежно будет терять часть клиентов, не имея возможности перераспределить заказы на другие даты, в которые часть номерного фонда останется невостребованной.

Нематериальность гостиничной услуги предполагает значительную долю субъективности в оценке ее качества. Именно поэтому нередко возникают сложности с определением конкурентных преимуществ конкретной гостиничной услуги перед аналогичными, а значит, и с продвижением услуг отеля на соответствующем рынке. Кроме того, на качество предоставляемых отелем услуг могут влиять такие параметры, как время и место их оказания.

Запросы клиентов гостиниц могут быть крайне разнообразными и зависеть от цели посещения населенного пункта, кредитоспособности клиента, его представлений о должном уровне сервиса в соотношении с ценой услуги. Таким образом, спрос на гостиничные услуги

неоднороден и испытывает воздействие со стороны многочисленных факторов, в ряду которых наиболее значимыми выступают уровень благосостояния и демографические характеристики семьи клиента (число членов семьи, их пол, возраст, профессиональная принадлежность, уровень образования и т. д.).

Производство и продвижение на рынке гостиничного продукта во многом обусловлено личностными качествами людей, принимающих участие в его создании, что затрудняет полную автоматизацию данной деятельности. Именно поэтому туристский менеджмент во многом ориентирован на решение проблем в сфере межличностной коммуникации в целом и управления кадрами в частности. Наибольшую актуальность данные задачи туристского менеджмента обретают в сфере гостиничного бизнеса, так как работа отеля базируется на построении межличностных отношений в нескольких плоскостях: между управленцами и персоналом, внутри персонала, между персоналом и клиентами.

Коммуникативный аспект в структуре гостиничного сервиса является ключевым, поскольку эффективность межличностного взаимодействия в каждой из вышеуказанных плоскостей предопределяет качество предлагаемого продукта и удовлетворенность потребителя предоставленными ему услугами.

Наличие высокопрофессиональных кадров позволяет гостинице успешно конкурировать с аналогичными предприятиями и формировать обширную клиентскую базу. Следовательно, объективная оценка и повышение уровня профессионализма сотрудников отеля относятся к числу первоочередных задач, стоящих перед кадровой службой. В данном контексте важно выделить факторы, оказывающие влияние на рассматриваемый параметр. В их числе:

- 1) наличие необходимой документально подтвержденной квалификации;
- 2) возможность реализации сформированных профессиональных компетенций в трудовой деятельности;
- 3) готовность к творческому решению профессиональных задач и поощрение инициативы со стороны сотрудников;
- 4) нацеленность на запросы клиента, стремление к обеспечению ему максимально комфортного пребывания в отеле.

В связи с тем, что коммуникативная составляющая деятельности специалиста в сфере туристской индустрии (и особенно гостиничного сервиса) доминирует над всеми другими, выдвигается ряд требований к личностным качествам человека, исполняющего соответствующие должностные обязанности. Что касается оценки уровня профессионализма такого специалиста, то в данном случае необходимо признать субъективность большинства критериев, по которым он определяется. Данная ситуация складывается потому, что формирование некоторых профессиональных компетенций затруднено при отсутствии значимых для данного вида деятельности личностных черт, выявление которых также сопряжено с некоторыми сложностями.

Помимо сформированного комплекса знаний, умений и навыков, а также обуславливающих успешную профессиональную реализацию личностных характеристик, специалисту в сфере гостиничного сервиса требуются высокий уровень мотивации и определенные стартовые возможности, с опорой на которые можно достичь требуемых показателей деятельности. Анализируя результативность работы сотрудника, руководство должно рассматривать эффективность его труда в динамике. При этом чрезмерно частое чередование резких взлетов и неудач с точки зрения оценки профессионализма уступает

стабильно демонстрируемым усредненным показателям деятельности с тенденцией к их повышению.

и т. п.), эмпатия, креативность, стремление к саморазвитию.

Туристская индустрия, одной из составляющих которой является индустрия гостеприимства, на сегодняшний день входит в число наиболее активно развивающихся отраслей экономики. По статистике, приводимой ЮНВТО, число лиц, привлеченных для работы в исследуемой сфере, во всем мире превышает 130 млн человек. Таким образом, доля работников туристских организаций (включая гостиницы) в общем объеме трудящегося населения планеты равна приблизительно 7 % [13]. Сверхбыстрое развитие туристской отрасли предопределяет постоянно растущий спрос на высококвалифицированные кадры, в то время как их предложение на рынке труда значительно отстает. Несмотря на внедрение высоких технологий, автоматизацию отдельных операций и даже попытки роботизации производства туристского (в том числе гостиничного) продукта, спрос на человеческие ресурсы (ввиду специфики такого продукта) в индустрии туризма и гостеприимства не снижается.

Однако не следует считать, что для малых и средних туристских предприятий проблема подготовки кадров является менее значимой. Напротив, отсутствие у таких организаций достаточного объема средств, которые могли бы направляться на повышение профессионализма сотрудников, обостряет потребность в высококвалифицированных кадрах, и без того актуальную ввиду необходимости выдерживать конкурентную борьбу на рынке туристских услуг.

Таким образом, актуальный для любого туристского предприятия процесс профессионального развития кадров предполагает многоаспектную деятельность, ориентированную на расширение спектра компетенций работников в целях освоения ими новых видов деятельности, позволяющих успешно разрешать возникающие в процессе трудовой деятельности проблемные ситуации.

Профессиональное развитие персонала — процесс управляемый, что обуславливает создание на туристских предприятиях специальных служб и даже систем, напрямую подчиненных высшему руководству компании.

В инвестиционном плане деятельность по развитию персонала значима для любой организации, в том числе туристской. Материально стимулируя рост квалификации своего персонала, фирма инвестирует средства в человеческие ресурсы, которые способны принести большую прибыль при условии создания сплоченного коллектива профессионалов, работающих на опережение конкурентов. Важно подчеркнуть, что инвестиции в персонал предполагают направление средств на развитие профессиональных навыков именно работников предприятия, а не лиц, владеющих им на праве собственности.

Необходимость выделения отдельной статьи расходов на кадровое развитие туристской организации предопределена:

- 1) зависимостью эффективности деятельности компании (в том числе на конкурентном рынке) от квалификации и деловых качеств каждого работника;
- 2) потребностью внедрения в работу туристского предприятия инновационных технологий, освоение которых сотрудниками невозможно без затрат на обучение;
- 3) взаимосвязью между уровнем профессионализма и производительностью труда, а значит, и иными показателями эффективности производства.

Обобщая сказанное, отметим, что к факторам, влияющим на результативность проводимой туристским предприятием политики кадрового развития, относятся, во-первых, готовность самих сотрудников к формированию новых и совершенствованию имеющихся навыков и компетенций в течение всей трудовой жизни, во-вторых, реализуемая организацией социальная технология, ориентированная на рост производительности труда и иных показателей экономической деятельности компании.

