

# К вопросу об участии государства в подготовке кадров для индустрии туризма и гостеприимства

В.А. Чернов\*

Опубликованные статистические данные по итогам туристского 2005 года, несмотря на некоторые расхождения в сведениях разных источников, только подтверждают тенденцию последних лет – на фоне резкого роста в России выездного туризма постепенно сокращается въездной.

Так в рейтинге Всемирной туристской организации (ЮНВТО), опубликованном на ИТВ<sup>1</sup>, Россия отмечена, прежде всего, быстро развивающимся рынком выездного туризма. По данным ЮНВТО, выездной поток из России вырос в 2004 году на 22 %, а в 2005 – еще на 11 %. В случае с въездным туризмом полагаться остается лишь на оценки российских операторов и данные Росстата и МИД России. Согласно последним, туристский поток в Россию из-за рубежа сокращается: в 2005 году страну посетило почти на 20 % меньше туристов, чем в 2004-м, а тогда – меньше на 10 %, чем в 2003 году. Снижение потока в 2005 году относительно 2003 года составило 32 %. Не исключено, что отрицательная динамика сохранится и в течение 2006 года<sup>2</sup>.

Руководитель Федерального агентства по туризму (Ростуризм) Владимир Стржалковский, выступая в конце сентября прошлого года за круглым столом «Российская визовая политика как внешнеполитический инструмент регулирования въездного туризма в РФ», организованном Комитетом СФ по международным делам, сообщил, что за последние 10 лет поток иностранных туристов в Россию снизился на 70 %<sup>3</sup>.

С каждым годом в России также увеличивается разрыв между расходами на выездной туризм и доходами от въездного туризма. По данным Всемирной туристской организации, в 2004 году расходы на поездки российских туристов соста-

вили \$ 15,73 млн, а доходы от въездного туризма – \$ 5,226 млн. И по предварительным сведениям, эта тенденция в 2005 году сохранялась. Европейские страны, тратящие на заграничные поездки больше России, такие как Италия (\$ 20,543 млн) и Франция (\$ 28,636 млн), соответственно и больше «зарабатывают» – \$ 35,656 млн и \$ 40,842 млн соответственно. А основной европейский поставщик туристов Германия не имеет трехкратного превышения расходов над доходами (70,972 / 27,657)<sup>4</sup>.

Как же это произошло в условиях провозглашения<sup>5</sup> поддержки и развития внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности<sup>6</sup>?

Государство в лице не только федеральных органов, но, в большей степени, региональных, долгое время считало, что раз туризм – отрасль экономики, то и поддерживать, а тем более финансировать его не целесообразно, и польза от него оценивалась только в виде поступивших налогов. Причин же, сдерживающих развитие въездного туризма, много, начиная от налогообложения, непредсказуемого роста цен на составляющие внутреннего турпродукта, высоких банковских процентов, сокращения мест и средств размещения и заканчивая нехваткой специалистов въездного туризма.

Как свидетельствуют объективные факты, за последние годы, в силу повышенного спроса населения на зарубежные поездки, возникли многочисленные фирмы, куда пришли работать сотрудники, не имеющие профессиональной подготовки. Оформление туристского потока в так называемые шоп-туры, не требовало от них знания собственной страны и зарубежных стран, культуры их народов, умения разработки туристского

\* Доцент каф. «СКСиТ» ДВГУПС, г. Хабаровск

<sup>1</sup> Одна из крупнейших международных туристских выставок, проходящая в Берлине ежегодно в начале марта

<sup>2</sup> М. Шандаров. Соцлагерь возвращается: в мире растет интерес к странам Восточной Европы // Турифо № 11 (484), 21-27 марта 2006. – С. 10.

<sup>3</sup> См. Популярность России у туристов падает // Business Travel: Международный деловой туризм. – 2005, ноябрь. – С. 2.

<sup>4</sup> UNWTO World Tourism Barometer. Volume 4, No. 1, January 2006 / World Tourism Organization, Madrid 2006.

<sup>5</sup> Оказалось пока только декларацией на протяжении вот уже десяти лет.

<sup>6</sup> См. Статья 4 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

продукта, организации экскурсионного дела, соблюдения технологии обслуживания. В силу этих объективных обстоятельств сформировался определенный круг «специалистов», а также категория туристов, знающих лучше базары многих стран, чем культуру их народа и историю собственной страны<sup>1</sup>.

К тому же сегодня невыгодно туристским компаниям быть публичными и открытыми. Большинство туроператоров все так же не готово отвечать на вопросы о годовом финансовом обороте компании и количестве отправленных туристов<sup>2</sup>. Возможность работать, не афишируя своих результатов и доходов<sup>3</sup>, заставляет компании развивать свою основную деятельность за границей, на это и первоначальных вложений требуется значительно меньше, чем при организации въездного туризма.

Как мы видим, в сложившейся ситуации коренное изменение положения в отрасли без участия государства невозможно. В связи с изменением требований к отрасли необходимо изменить и требование к подготовке кадров для новых условий. Но изменение требований к подготовке кадров еще не сама подготовка, для ее коренного преобразования необходимы государственная поддержка и регулирование.

В чем же должно состоять государственное регулирование подготовки специалистов для отрасли туризма и гостеприимства как на федеральном, так и на региональном уровнях?

Во-первых, необходимо определить: сколько и каких специалистов мы должны подготовить.

Во-вторых, кто их будет готовить и на какой базе.

В-третьих, каким образом мы сможем эффективно задействовать этот потенциал.

Первая проблема, с которой мы сталкиваемся, это определение количества необходимых специалистов с определенными навыками и знаниями.

Особенностью сложившейся в России системы подготовки кадров является концентрация

учебных заведений туристского профиля в Москве и Санкт-Петербурге. Это сопряжено с уровнем деловой активности в столичных центрах, их огромным историко-культурным потенциалом, сложившейся инфраструктурой, что соответственно определяет потребность в кадрах. В силу ряда причин практически во всех регионах России подготовка кадров для сферы туризма заметно отставала. Такая диспропорция в территориальной организации подготовки кадров для туристической индустрии не позволяла обеспечивать квалифицированными работниками сферу туризма в регионах, так как выпускники столичных вузов поглощались весьма емким рынком крупных городов<sup>4</sup>. И среди студентов московских вузов отмечается крайнее нежелание переезжать на работу в другие регионы России или СНГ, в то время как перевод за рубеж, особенно в страны Западной Европы и США рассматривается ими в большинстве случаев как грандиозный стимул к работе<sup>5</sup>. Эту проблему затронул и глава Ростуризма, обратив внимание Межведомственного экспертного совета по подготовке кадров в сфере туризма на необходимость «упорядочить бесконтрольную работу наших молодых специалистов, нашей молодежи, в зарубежных гостиницах, объектах туристического показа и других туристических объектах»<sup>6</sup>.

Но сегодня невозможно подготовить специалистов для отрасли туризма и гостеприимства в отрыве от потребностей отрасли региона. В настоящий момент отделы или департаменты по туризму созданы в 80 регионах страны<sup>7</sup>. Далеко не во всех из них предусмотрено бюджетное финансирование развития регионального туризма. Еще в меньшем количестве разработаны и действуют программы развития туризма. И практи-

<sup>4</sup> Л.Ю. Мажар, С.А. Щербакова. Влияние труда на формирование региональной системы подготовки кадров для сферы туризма // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития : Тезисы докладов 3-й Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 26-27 марта 2001 года. – М.: Изд-во МГУС, 2001. – С. 79-84.

<sup>5</sup> См. И. Табачникова. Почему уезжает молодежь? // 5 ЗВЕЗД. – октябрь 2004. – С. 35-36.

<sup>6</sup> Из выступления В. Стржалковского на международной научно-практической конференции «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития» в Москве 23 марта 2006 г.

<sup>7</sup> А.А. Консовский. Превентивные меры по развитию российского въездного туризма // Туристский форум: Квартальные научные чтения. Москва, 20-22 февраля 2006 г. – М.: Советский спорт, 2006. – С. 137.

<sup>1</sup> Сасим Л.В. Развитие туризма и проблемы подготовки специалистов // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития : Тезисы докладов третьей Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 26-27 марта 2001 года. – М.: Изд-во МГУС, 2001. – С. 112.

<sup>2</sup> Как составлялся рейтинг // Турифо, № 11 (484) 21-27 марта 2006 г. – С. 14.

<sup>3</sup> К этому подталкивает налоговая политика государства, так как по-другому компаниям практически не «выжить».

чески единицы из них могут констатировать то, что в этих регионах уделяется внимание и поддержка подготовке кадров для отрасли туризма и гостеприимства.

Большинство региональных программ и основных направлений развития туризма, так же как и Концепция развития туризма в Российской Федерации, представляют собой декларации намерений. Происходит это потому, что программы развития туризма региона, как правило, не связаны с региональными целевыми программами социально-экономического развития. Это означает, что развитие туризма не может в принципе обогнать социально-экономическое развитие региона, какие бы деньги в него не вкладывались, сколь много бы не создавалось профильных туристских объектов, но может только ускориться за его счет. Развитие туристского комплекса региона не может выйти за пределы ограничений, выставляемых региональной инфраструктурой, и должно корреспондироваться с ее развитием. Оценка соответствия уровней их развития с учетом намечаемой динамики – узловая проблема планирования развития туризма в регионе, согласования его социального времени с социальным временем развития инфраструктуры, определения условий их оптимального финансирования в пределах имеющихся возможностей.

Существующая система высшего туристского образования – пример инфраструктурного ограничения развития туризма и на федеральном, и на региональном уровне. Сегодня система высшего профессионального образования не готовит специалистов нужного профиля для управления развитием туризма ни на микро-, ни на макроуровне. Вузы готовят специалистов сервисной ориентации, готовят менеджеров, ориентированных на управление текущей деятельностью в туристской и гостиничной сфере. А экономистов-менеджеров отраслевого профиля не готовят. При этом ни образовательный туристский (сервисный) стандарт, ни учебные программы по специализациям обучения в рамках стандарта по специальности 061 100 «Менеджмент организации» и близко не стоят к требованиям ВТО и Европейского корпуса знаний о туризме<sup>1</sup>.

Основой регионального планирования по-

<sup>1</sup> См. А. Умнов. Региональный туризм: только ли в деньгах счастье? // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – июнь 2005. – С. 50-53.

требностей специалистов для туристского комплекса должна быть достоверная оценка состояния и развития туризма. Оценка текущего состояния рынка туристских услуг и занятости – очень кропотливая и трудозатратная работа, которая связана с отсутствием или недостаточностью статистических сведений по кадровому блоку всех предприятий сферы туризма. Во-вторых, в туризме имеется большое количество профессий и видов занятости, что связано с многообразием организационно-правовых форм предприятий, с сезонным характером деятельности предприятий, с недостаточным уровнем информационной базы отрасли, с отсутствием нормативов численности персонала и производительности труда и многое другое. Кроме того, наличие замкнутой корпоративной политики предприятий туризма, и в первую очередь, турфирм, гостиниц, ресторанов, не позволяет составить достоверный анализ и прогноз кадрового обеспечения в туристской отрасли региона. Исходя из указанного, имеющаяся туристская статистика не позволяет получить целостную, всеобъемлющую характеристику состояния туризма в регионе<sup>2</sup>.

Помимо исследования рынка труда региона для определения наиболее востребованных профессий и перспектив развития данных потребностей в связи с изменением требований к туристской отрасли, главными задачами образовательного маркетинга в регионе на настоящий момент также являются<sup>3</sup>:

- изучение рынка образовательных услуг, запросов потребителей этих услуг;
- привлечение потенциальных потребителей образовательных услуг;
- учет геополитического положения региона для определения оптимальной стратегии в маркетинговой политике.

Геополитическое положение региона значительно влияет на структуру и характер рынка труда, и, следовательно, наиболее адекватно отражает региональные запросы потребителей рынка образовательных услуг. Поэтому анализ геополитического

<sup>2</sup> См. Н.В. Щеникова, Н.В. Старичкова. Состояние и перспективы кадрового обеспечения в туристской отрасли Приморского края // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23-24 марта 2006 г.). – М.: Прометей, 2006. – С. 8-12.

<sup>3</sup> См. К.А. Сагинов. Маркетинг образовательных услуг региона // Маркетинг в России и за рубежом, № 5, 2003. – С. 130.

тического положения региона должен быть положен в основу образовательного маркетинга.

Помимо ответа на вопрос сколько, трудно получить ответ и на вопрос каких специалистов для туротрасли необходимо готовить. Полемика и дискуссии за «круглыми столами» с участием представителей турбизнеса и образования не всегда бывают результативными, так как каждый пытается играть в «свою игру». Турбизнес, без участия в подготовке кадров, хочет получить подготовленных специалистов, которых ничему не надо учить, которые владели бы конкретными навыками и технологиями. Образование считает, что должно готовить специалистов согласно утвержденным программам в рамках Государственных образовательных стандартов (ГОС) и дать специалистам в первую очередь глубокие и обширные знания. То есть образование выдает знания, а турбизнес просит навыки<sup>1</sup>.

Переходя к вопросу: «кто и как будет готовить необходимых специалистов для туротрасли», рассмотрим основные недостатки стандартов и систем подготовки кадров, важнейшими из которых являются:

- слабое использование опыта построения туристских образовательных программ за рубежом;
- существующие учебные планы подготовки специалистов направлены в основном на фундаментальную теоретическую подготовку;
- выпускники, закончившие профильный вуз, не обладают достаточными базовыми знаниями по блоку дисциплин специализации, практически не знакомы с организацией и технологией работы различных служб гостиниц, ресторанов, туркомпаний, полностью отсутствуют навыки практической деятельности;
- на предметы специализации (по которым полученные знания и навыки являются основой будущей профессиональной деятельности выпускников) в указанных ГОС высшего образования отводится от 500 до 2000 часов, что составляет примерно 25 % от всего учебного плана;
- состав и содержание дисциплин специализации требует пересмотра и увязки с потребностями

рынка труда в сфере туризма и гостеприимства, с потребностями работодателей;

- отсутствие в образовательных программах вопросов государственного управления туризмом и развития туристской инфраструктуры;
- услуги гостиниц и предприятий общественного питания рассматриваются в ГОС только как составная часть туристского продукта, а это, в свою очередь, привело к перекосу в подготовке кадров в основном для туристских фирм;
- отсутствие в ГОС требований к уровню подготовки абитуриента по базовым для туризма общеобразовательным дисциплинам, таким как английский язык и география, что приводит в дальнейшем к низкой эффективности учебного процесса;
- низкая требовательность к подбору профессорско-преподавательского состава;
- высокий уровень коммерциализации учебного процесса.

Основным же фактором является несоответствие государственной образовательной политики в области высшего туристского образования целям и задачам развития туристской индустрии<sup>2</sup>.

Как отметил на всероссийской научно-практической конференции президент Академии профессионального образования, член-корреспондент РАО И.П. Смирнов, профобразованию необходимо не совершенствование, а радикальные преобразования. В развитие этого тезиса он привел данные исследования: на сегодняшний день на крупных промышленных предприятиях на одного инженера приходится один техник и один рабочий. Налицо перекося в реальном секторе экономики. Подобная ситуация в туризме приводит, в первую очередь, к снижению эффективности – будет ли эффективна армия, в которой на одного офицера один сержант и один рядовой? Практика развитых стран показывает, что соотношение персонала в туризме с высшим и средним профессиональным образованием должно составлять один к пяти.

Следовательно, одна из важнейших задач для органов управления туротраслью заключается в поддержке системы подготовки кадров низшего

<sup>1</sup> См. В.А. Чернов. Современные требования к подготовке кадров для туристской отрасли // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Труды междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23-24 марта 2006 г.). – М.: ИТиГ МГУС, 2006. – С. 162-167.

<sup>2</sup> С.П. Ермишин. Инновационные подходы к процессу подготовки кадров для индустрии туризма // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23-24 марта 2006 г.). – М.: Прометей, 2006. – С. 151.

звена, а может даже, и ее создание. Количество вузов, ведущих подготовку специалистов туристского профиля, значительное, количество колледжей значительно меньше, а количество учебных заведений, ведущих подготовку кадров с рабочими профессиями в регионах, единицы, если вообще они есть. Считанные единицы вузов в стране, которые могут обеспечить своего студента рабочей профессией в сфере туризма. Для этого нужны базовые предприятия, на которых учащиеся профучилищ могли бы приобретать навыки в своей профессии. Сеть профессиональных училищ существует в тех регионах, в которых существуют крупные базовые предприятия, либо государственные органы управления смогли сохранить ее в отсутствие поддержки со стороны бизнеса. Туризм – новая отрасль экономики, поэтому необходимо создание сети профессиональных училищ для отрасли туризма и гостеприимства – эта задача непосильна без участия государства.

Опыт экономики образования в промышленно развитых странах показал, что государство не остается безучастным в этой сфере. Во Франции, например, реализуется модель государственного вмешательства, когда государство разрабатывает систему в сотрудничестве с социальными партнерами, а также финансирует программы обучения проблемных групп на рынке труда за счет подоходного налога и поощряет компании, особенно активно участвующие в обучении, предоставляя им налоговые льготы. Во Франции, так же как в Дании и Германии, государство финансирует содержание и развитие учебных заведений<sup>1</sup>.

Лучшие и способные, те, кто конкретно знают, зачем они «идут» в туризм, имеющие профильные базовые знания (география, английский и русский языки), смогли бы в дальнейшем получать образование того уровня, которое им необходимо. Пока сейчас получается так, что абитуриент даже не знает, кем он будет в дальнейшем, и чем придется заниматься. Под словом «туризм» они подразумевают поездки по разным странам, отдых, путешествия, знакомство с миром, другими странами, иностранцами и т.д. Разочарование приходит значительно позже, при попытках устроиться на работу в соответствии с записью в

дипломе. И это после «потери» пяти лет и значительных средств.

То есть, необходима система непрерывного образования, созданная не только за счет инициативы вуза, но и при поддержке государственных органов, так как обществу нужны не только менеджеры, но и непосредственные квалифицированные рабочие: организаторы туризма, диспетчеры по бронированию, горничные, официанты, администраторы и рабочие в музеях, гостиницах, ресторанах.

Студент же во время обучения в вузе также должен получить не только знания, но и приобрести профессиональные навыки.

В настоящее время производственная подготовка выпускников вузов, в основном, осуществляется посредством проведения кратковременных учебно-ознакомительной, производственной и преддипломной практик студентов на предприятиях отрасли. Далеко не все вузы находят в настоящее время производственные организации необходимого профиля, способные обеспечить качественную практическую часть образовательного процесса, что обусловлено как объективными экономическими, так и субъективными причинами развития производственных организаций.

Отраслевые производственные предприятия, весьма своеобразно функционирующие в условиях нестабильной российской экономики, не всегда идут навстречу вузу в деле организации производственной практики студентов, справедливо полагая, что кратковременное пребывание студентов на производстве вызывает дестабилизацию производственного процесса, требует обеспечения его дополнительной безопасности, отвлечения от производственного процесса специалиста-производственника и т.д. Отсюда – фактическое сокращение часов, отводимых на практическую подготовку в рамках производственного процесса организации, превращающее производственную практику в экскурсию, перевод нагрузки на лаборатории института и, как следствие, неполное соответствие качества производственной подготовки выпускаемых специалистов требованиям к их компетенции<sup>2</sup>.

Особая проблема при организации последипломного туристского образования возникает с

<sup>1</sup> Н.А. Турчинова. Государственное регулирование социально-экономического развития высшего образования в условиях экономической трансформации: Дис... канд. экон. наук: 08.00.05. – М.: РГБ, 2003.

<sup>2</sup> См. М. Альгина. Бизнес и вуз: вертикальная интеграция // Высшее образование в России, 2005, № 12. – С. 9-15.

кадровым обеспечением учебного процесса. Профессорско-преподавательский персонал традиционно был подготовлен к классическим образовательным технологиям, и, чтобы его перестроить, нужны большие усилия, как по повышению квалификации, так и по изменению стереотипа поведения, что является наиболее сложным затруднением, которое потребует не только значительных усилий по повышению квалификации преподавателей, но изменения организационной структуры<sup>1</sup>.

Отдельного рассмотрения требует система трудоустройства выпускников и дальнейшего повышения их квалификации.

Подытожив вышеизложенное, можно определить первостепенные задачи государственного уровня в сфере подготовки кадров для отрасли туризма и гостеприимства:

1. Достоверная оценка состояния и развития туризма региона, рынка труда, услуг, в т.ч. образовательных, на основе которых планируется потребность для туристского комплекса региона в соответствии с перечнем основных должностных обязанностей первого, второго и третьего уровней квалификационных стандартов.

2. Проведение маркетинговых исследований и формирование прогноза потребности в специалистах и персонале на предприятиях туризма и гостиничной отрасли на среднесрочную перспективу, с учетом ввода новых предприятий, внедрения новых технологий, необходимости повышения уровня сервиса в отелях, выбытия определенной части работающего контингента по возрасту и других факторов.

3. Создание координационных советов с участием представителей органов управления туризмом и образованием региона, турбизнеса и гостиничной отрасли, учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов для отрасли туризма и гостеприимства, профессиональных ассоциаций и других заинтересованных сторон в целях подготовки комплексных предложений по развитию кадрового потенциала отрасли.

4. Создание механизма целевого направления средств инвесторов и коммерческих структур, участвующих в создании (новом строительстве

или расширении) туристских объектов и средств размещения и питания, на цели подготовки и переподготовки специалистов и персонала в соответствующих учебных заведениях.

5. Участие в выработке и корректировке ГОС подготовки специалистов, контроль за их соблюдением, включая систему сертификации.

6. Содействие стремлению вузов к международной сертификации системы менеджмента качества на содействие требованиям международного стандарта ISO 9001:2000 и требованиям сертификационной системы WTO TedQual.

7. Содействие адаптации учебных программ к требованиям туристского рынка региона.

8. Содействие созданию более благоприятного имиджа работы и занятости обслуживающего персонала в сфере туризма и гостеприимства.

9. Создание и развитие системы базовых предприятий для подготовки кадров низшего звена отрасли туризма и гостеприимства.

10. Создание и развитие системы непрерывного образования, включая послевузовское.

11. Содействие развитию сотрудничества предприятий отрасли с учебными заведениями с целью организации ознакомительной, сервисной, производственной, преддипломной практик студентов на производстве и привлечения производственников-практиков для проведения занятий. Стимулирование проведения ознакомительных экскурсий, практических и теоретических занятий для студентов, молодых специалистов и преподавателей непосредственно на предприятиях отрасли туризма.

12. Формирование во взаимодействии с кадровыми агентствами и службами по набору персонала электронных баз данных специалистов отрасли, включая студентов выпускного курса, и вакансий во вновь открывающихся и действующих предприятиях с целью совершенствования системы набора, обучения и повышения квалификации персонала.

13. Поиск и использование различных механизмов оказания поддержки выпускникам вузов туристского профиля в деле создания средних и малых предприятий, особенно в приоритетных для развития въездного и внутреннего туризма местах.

14. Содействие вузам в создании учебных, тренинговых гостиниц, предприятий питания и отдыха, турагентств.

<sup>1</sup> Е.В. Субботина. Совершенствование структуры образования как фактор развития современной туристской отрасли // Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: Сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23-24 марта 2006 г.). – М.: Прометей, 2006. – С. 110-113.

15. Содействие международному сотрудничеству учебных заведений с целью использования международного опыта в подготовке специалистов.

16. Обеспечение подготовки и издание учебных и практических пособий по актуальным вопросам в области подготовки кадров для региона.

17. Стимулирование использования новых технологий (электронных, сервисных, педагогических и др.) для подготовки специалистов отрасли.

18. Подготовка перечня заданий практического применения для использования студентами в своих исследованиях, содействие в этом.

19. Содействие в повышении квалификации, стажировке и переподготовке профессорско-преподавательского состава, в т.ч. в ведущих центрах России и за рубежом.

20. Привлечение российских и иностранных ведущих специалистов в области туристского образования для участия в открытых лекциях, семинарах, мастер-классах для профессорско-преподавательского состава и студентов старших курсов.

Данные меры позволили бы перейти от этапа «диалога между турбизнесом и образованием» к этапу радикальных преобразований в сфере туристского образования для нахождения взаимопонимания сторон. Следует учесть, что на рынке образовательных услуг параллельно с вузами формируется самостоятельная группа корпораций (в том числе и в сфере туризма), не удовлетворенных качеством подготовки выпускников и спектром специальностей, которых готовит высшая школа России сегодня. Как результат наблюдается процесс создания ими внутриведомственных институтов, корпоративных университетов, образовательных центров и распространение практики самостоятельной подготовки кадров под конкретные задачи.

Время знакомства, выяснения претензий друг к другу турбизнеса и туробразования уже прошло. Наступил этап, когда решающую роль должно сыграть государство в лице решительных и осознающих свою ответственность его представителей, так как в отсутствие взаимного сотрудничества и поддержки проигрывает не бизнес и не образование, а государство.