

<sup>1</sup>Миниханова С.В.<sup>а</sup>, <sup>2</sup>Имангулова Т.В.

<sup>1</sup>Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан,

<sup>2</sup>Международный университет туризма и гостеприимства, г. Туркестан, Казахстан

## СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ «ТУРИЗМ» В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТОВ - ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ТУРИСТСКОЙ КОМПАНИИ «Evisa Travel»

Миниханова Светлана Викторовна, Имангулова Татьяна Васильевна

**Создание системы практического обучения студентов по образовательной программе «Туризм» в сфере продвижения турпродуктов - практический опыт туристской компании «Evisa Travel»**

**Аннотация.** В статье рассматривается опыт создания системы приема на практическое обучение студентов по направлению «Туризм» в сфере продвижения турпродуктов на примере туристской компании «Evisa Travel». Авторы статьи описывают систему практического обучения в компании, анализируют ее эффективность и предлагают рекомендации по разработке и реализации подобных программ для ВУЗов и других туркомпаний. В основу системы положен реверсивный принцип (от обратного) и методы творческих решений изобретательских задач по Г. Альтшуллеру, а также предлагается концепция изучения теоретических знаний, связанных непосредственно с профессиональной и коммерческой деятельностью выбранной базы практики, помимо этого предлагается углубленное изучение «smart» технологий в туризме до начала практики, что позволяет студентам получить максимально широкий спектр практических знаний и навыков, а также быть востребованным и ожидаемым практикантом с высокой лояльностью от работодателя. В статье представлены результаты анкетирования студентов и фокус-групп с работодателями, SWOT-анализ для практикантов и туркомпаний по направлению выбора места практики и преимуществ приема на практику студентов.

**Ключевые слова:** туризм, практическое обучение, профессиональные навыки, продвижение турпродукта, программа практики.

Minikhanova Svetlana, Imangulova Tatyana

**Creation of a system of practical training of students according to the educational program «Tourism» in the field of promotion of tourist products - the practical experience of the travel company «Evisa Travel»**

**Abstract.** The article examines the experience of creating a system of admission to practical training of students in the field of Tourism in the field of promotion of tourist products on the example of the travel company «Evisa Travel». The authors of the article describe the practical training system in the company, analyze its effectiveness and offer recommendations on the development and implementation of such programs for universities and other travel companies. The system is based on the reversible principle (from the reverse) and methods of creative solutions to inventive tasks according to G. Altshuller, as well as the concept of studying theoretical knowledge directly related to the professional and commercial activities of the chosen practice base, and also offers an in-depth study of «smart» technologies in tourism before starting practice, which allows students to obtain the widest possible range of practical knowledge and skills, as well as to be in demand and expected by an intern with high loyalty from the employer. The article presents the results of a survey of students and focus groups with employers, as well as a SWOT analysis for interns and travel companies in the direction of choosing a place of practice and the advantages of enrolling students.

**Key words:** tourism, practical training, professional skills, promotion of tourist products, internship program.

Миниханова Светлана Викторовна, Имангулова Татьяна Васильевна

**Туристiк өнiмдердi жылжыту саласында «Туризм» бiлiм беру бағдарламасы бойынша студенттердi оқытуда практикалық оқыту жүйесiн құру – «Evisa Travel» туристiк компаниясының практикалық тәжiрибесi**

**Аңдапта.** Мақалада «Evisa Travel» туристiк компаниясының мысалында туристiк өнiмдердi жылжыту саласындағы «Туризм» бағыты бойынша студенттердi практикалық оқытуға қабылдау жүйесiн құру тәжiрибесi қарастырылады. Мақала авторлары компаниядағы практикалық оқыту жүйесiн сипаттайды, оның тиiмдiлiгiн талдайды және жоғары оқу орындары мен басқа да туристiк

компаниялар үшін осындай бағдарламаларды әзірлеу және іске асыру бойынша ұсыныстар ұсынады. Жүйенің негізінде реверсивті принцип (керісінше) және Г. Альтшуллеру бойынша энергетикалық есептерді шығармашылық шешу әдістері қарастырылады. Сондай-ақ таңдалған практика базасының кәсіби және коммерциялық қызметімен тікелей байланысты теориялық білімді зерделеу тұжырымдамасы ұсынылады, сонымен қатар практика басталғанға дейін Туризмдегі «smart» технологияларын тереңдетіп зерттеу ұсынылады, бұл студенттерге практикалық білім мен дағдылардың барынша кең спектрін алуға, сондай-ақ жоғары адалдықпен сұранысқа ие және күтілетін практикант болуға мүмкіндік береді. Мақалада студенттер мен фокус-топтардың жұмыс берушілермен сауалнамасының нәтижелері, сондай-ақ практиканттар мен туркомпаниялар үшін практика орнын таңдау және студенттерді практикаға қабылдаудың артықшылықтары бойынша SWOT-талдау ұсынылған.

**Түйін сөздер:** туризм, практикалық оқыту, кәсіби дағдылар, туристік өнімді жылжыту, практика бағдарламасы.

**Основные положения.** Туризм в Казахстане в настоящее время является одной из наиболее прогрессивных отраслей экономики, становясь популярным направлением для международного сообщества. Для успешного функционирования туристической индустрии требуются квалифицированные кадры, способные не только организовывать туристические маршруты и предоставлять качественные услуги, но и эффективно продвигать турпродукты на международный рынок.

**Введение.** На сегодняшний день одной из проблем развития туризма в Казахстане является недостаток квалифицированных кадров и низкий уровень обслуживания при высоких ценах, которые могут ухудшить впечатления туристов о стране в целом, а также потребность в активной маркетинговой кампании для привлечения международных туристов и осведомленность о туристских возможностях республики как дестинации [1].

Практическое обучение играет ключевую роль в подготовке специалистов по туризму. Именно на практике у студентов появляется возможность применить полученные теоретические знания и навыки в реальных условиях, развить профессиональные компетенции и приобрести необходимые качества для работы в сфере туризма. Необходимость соответствия образовательных программ требованиям рынка труда является одной из важнейших задач современной системы образования. Сегодня работодатели предъявляют все более высокие требования к квалификации специалистов, и ВУЗы должны готовить выпускников, готовых к работе в условиях жесткой конкуренции [2].

Значение продвижения турпродуктов в современном туризме сложно переоценить. В условиях информационного общества, где потребители имеют доступ к огромному количеству информации о туристских продуктах и услугах, именно эффективная маркетинговая стратегия, использование социальных сетей и продвижение турпродуктов в цифровой среде позволяют туркомпаниям при-

влечь клиентов и повысить свою конкурентоспособность [3].

Теоретической основой исследования являлись работы зарубежных и казахстанских ученых, посвященные вопросам практического обучения студентов по направлению подготовки образовательной программы «Туризм», таких как Абдикаримов М.Н., Губаренко А.В., Сардаров О.А., Макогонов А.Н., Лютерович О.Г., Губаренко А.В., Аяпбекова А.Е. [4], Круглов Д.В. [5], Артемьев А.М. [6], Аубакирова Ж.Я., Айтбембетова А.Б., Сидоренко Е.Н. [7], Журавлева Л.А., Зарубина Е.В., Ручкин А.В., Симачкова Н.Н., Чупина И.И. [8], Молдабекова М.С., Федоренко О.В., Мукамеденкызы В., Асембаева М.К. [9], Силина Е.Д. [10], З. Р. Жаханова, Г. Ж. Нурмуханова, Е. В. Лысенко, В. М. Бадамбаева [11], Гриненко С.В., Романов М.С. [12].

В данном исследовании рассматривается опыт создания системы практического обучения студентов по образовательной программе «Туризм» в сфере продвижения турпродуктов на примере туристской компании «Evisa Travel» в г. Алматы.

**Целью исследования** является разработать эффективную, современную и практико-ориентированную систему обучения для практикантов туркомпаний, которая позволит им максимально усвоить необходимые знания, навыки и компетенции.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи:

- описание опыта создания системы практического обучения студентов в турфирме «Evisa Travel»;
- анализ эффективности данной системы;
- предложение рекомендаций по разработке и реализации программ практического обучения в ВУЗах.

**Методы и организация исследования.** На базе практики компании «Evisa Travel» был проведен анализ опыта ВУЗов (на практику принимаются студенты таких учебных заведений как Казахская академия спорта и туризма, Казахский

национальный педагогический университет, Туркестанский международный университет туризма, Казахстанско-китайский колледж) и туркомпаний-партнеров в реализации программ практического обучения, изучение современных методик и практик к практическому обучению студентов, анализ нормативно-правовой базы РК, изучение образовательных стандартов ОП «Туризм», изучение нормативных документов, регламентирующих практическое обучение студентов. Руководством туркомпании были изучены программы производственной практики, имеющиеся на данный момент и предложены комментарии и корректировки касательно учебного процесса используя так называемый методом от обратного (англ. reverse engineering - обратная разработка), применение теории решения изобретательских задач ТРИЗ (методология ТРИЗ разработана советским изобретателем и писателем-фантастом Генрихом Альтшуллером в 1946 году [13] в сочетании с искусственным интеллектом и GPT-чатом.

Туркомпанией было предложено внедрить в производственную практику принципы развития устойчивого, инклюзивного туризма, а также разработку концепции «smart» для более широкого охвата практических знаний и методы творческого решения изобретательских задач (ТРИЗ) при разработке новых и улучшении существующих продуктов в сфере туризма, однако в данном исследовании более подробно исследован способ создания программы практики с учетом реверсии и методов ТРИЗ.

*ТРИЗ* — это методология решения технических и творческих задач, разработанная советским изобретателем и писателем-фантастом Генрихом Альтшуллером в 1946 году.

Цель ТРИЗ:

– Найти *нестандартные* и *оптимальные* решения проблем *минимальными* усилиями.

– *Преодолеть* психологические инерции, мешающие поиску новых решений.

– *Систематизировать* процесс изобретательства.

*Основы ТРИЗ:*

– *Изучение* закономерностей развития техники и выявление *противоречий*, которые мешают прогрессу.

– *Разработка* приемов и методов решения этих противоречий.

– *Использование* инструментов и методов ТРИЗ для поиска новых идей и решений.

*Преимущества ТРИЗ:*

– Повышает *эффективность* решения задач.

– Сокращает *время* на поиск решений.

– Стимулирует *творческое мышление*.

– Позволяет *преодолевать* стереотипы и находить *нестандартные* решения.

*Недостатки ТРИЗ:*

– Сложность в *освоении*.

– Необходимость *тренировки* для применения инструментов и методов ТРИЗ.

– Не всегда применима к *нетехническим* задачам.

В качестве исследования были использованы данные, полученные в ходе изучения опыта туристской компании «Evisa Travel», интервью с менеджерами по туризму, а также студентами-практикантами, проведение социологических исследований в виде анкетирования студентов проходящих практику в компании, проведение фокус-групп с работодателем, а так же составление SWOT-анализа для практикантов при выборе тур предприятия и SWOT анализа для туркомпании при выборе ВУЗа и студентов для прохождения практики. Помимо этого, была предложена рекомендация проведения анкетирования студентов ВУЗа (в пробном анкетировании приняли участие студенты 3 курса Казахской академии спорта и туризма в г. Алматы) до определения базы практик для сравнения результатов анкетирования после прохождения практики (принимали участие студенты, прошедшие практику в компании в 2023–2024 годах). В данной статье опубликован ряд вопросов, использованных в процессе исследования и ответов, на основании которых были созданы алгоритмы работ для студентов-практикантов в ходе прохождения практик.

**Результаты исследования и их обсуждение.**

Программа практики разрабатывается в соответствии с требованиями образовательной программы «Туризм». Соответственно, образовательная программа предполагает наличие именно тех теоретических знаний, которые применяются в туркомпаниях. Однако чаще всего, судя по отзывам работодателей, уровень знаний и навыков студентов не соответствуют ожидаемому и возникают предположения в том, что теория, представленная в ВУЗах, в какой-то степени отличается от теоретических знаний баз практики (мы обозначили его как «*эффект запаздывания знаний*» или «*пробелы в знаниях*», и «*эффект коммерческой тайны*»), так как литература представленная в дисциплинах всегда старше, чем информация и данные, используемые в туркомпаниях, большая часть которых является коммерческой тайной, а на предприятиях менеджеры вынуждены адаптироваться к быстро меняющимся условиям и новым технологиям, например, повышая квалификацию на инфотурах, workshop, выставках либо вебинарах,

проводимых для работников турагентств, которых нет в доступе в ВУЗах). В связи с этим, пробелы в знаниях становятся большой проблемой, так как многие сотрудники вынуждены выполнять задачи, к которым их не готовили. Пробелы в знаниях на рабочем месте – это разница между тем, что сотрудник знает сейчас, и тем, что ему необходимо знать для эффективного выполнения своей работы.

Пробелы возникают по ряду причин:

- неопытность или недостаточная квалификация сотрудников;
- нехватка кадров, вынуждающая компании нанимать сотрудников без необходимой подготовки, либо по причине низкооплачиваемой заработной платы для неопытных сотрудников (экономия бюджета);
- быстрое изменение рынка, требующее постоянное обновление навыков работников.

Невыявленные или не устранённые пробелы приводят к снижению производительности труда, потере клиентов, низкой мотивации и текучести кадров, неспособности компании адаптироваться к новым вызовам. Для выявления пробелов в компании используются несколько способов:

- оценка навыков сотрудников;
- анализ отзывов клиентов;
- отслеживание ключевых показателей эффективности (КПИ);
- сравнение навыков сотрудников с требованиями их должностей (должностная инструкция и стандарты квалификационной рамки профессий [14].

Существует также и запаздывание применения умных технологий в туризме, в связи с дороговизной внедрения для самих туркомпаний. Однако использование современных цифровых технологий посредством мобильных приложений самим туристом оказывает давление на туристическую индустрию, заставляя «подстраиваться» под реалии современного рынка [15].

Согласно программе, цель производственной практики студентов в сфере туризма – закрепление знаний, полученных ими в процессе обучения, и приобретение навыков работы в туристской фирме, гостиничном хозяйстве и соответствующей сфере, работы с туристской документацией.

При этом каждое туристское предприятие обладает своим уникальным турпродуктом или услугами, или позиционирует себя в каком-то направлении наиболее глубоко, поэтому прохождение практики только на одном предприятии не может дать достаточно развернутые практические навыки даже для одной специализации «менеджер по туризму». Например, туркомпания занимающаяся

выездным туризмом из Казахстана в Индию, предоставляя место практики не может полноценно дать информацию о туризме в США и наоборот (такие как сложности при оформлении визы, выбор перелета с пересадками, а стажер заранее не может знать все нюансы при изучении теории, так как информация о пересечениях границ, политическая и экономическая ситуация меняются), и турфирма принимающая иностранных туристов из Китая в Казахстан, находящаяся в г. Алматы не может предоставить более расширенную информацию и опыт обслуживания туристов из России, или Европы с учетом геополитической обстановки, помимо прочего еще и принимать правильное решение при выборе способов платежей. Дальнейшее трудоустройство студента затруднено ограничением практических навыков профессиональной деятельностью самой турфирмы, предоставившей базу для практики (Рисунок 1).

Вид деятельности в туризме РК законодательно разделен на разные направления - выездной, внутренний и въездной, и, как правило, у каждой туркомпании (турагента) свое основное направление получения дохода (либо же у каждого менеджера какое-то одно освоенное направление), а не дифференцированное (кроме крупных туроператоров, но и у них также свои практические навыки, отличные от турагентов, например формирование тура). В дополнении необходимо учитывать, что в сфере туризма есть и другие организации и предприятия, которые предоставляют иные практические навыки отличные от навыков турагента. Например, ассоциации, спортивные организации, другие предприятия гостиничной индустрии в которых практический опыт отличается (делопроизводство, работа с клиентами других форм): бронирование авиабилетов в очень малом количестве, оформление медицинского страхования, подача на визы не применяются во внутреннем туризме, а во въездном туризме важно умение оформления визовой поддержки, детали пребывания иностранцев, оформление медицинского страхования, знание иностранного языка (туристы из Китая могут не знать английский язык, по внутреннему туризму нужно знание русского и казахского языков). Для международного туризма важно знание конкретного направления, оформление визы, международного страхования, транзитные пересадки, работа с системами бронирования в более расширенном формате. Как один из примеров, по программе компании Amadeus GDS в Казахстане - курс Global Distribution System Amadeus Basic Course занимает в целом 5–6 дней по 7-8 часов ежедневно (автор статьи является

авторизованным преподавателем данного курса), что в целом база практики не может предоставить

в полной мере, для прохождения полного курса недостаточно 3-5 кредитной системы ВУЗа.



Рисунок 1 – Схема получения навыков от базы практики

В итоге, проходя практику только на одной из баз, студент не получает другие навыки, предусмотренные в программе практики в полном объеме. Более того согласно рамкам профессиональных стандартов РК по направлению «Туризм» специализация каждого профессионального стандарта разная, предусматривает разные виды деятельности, умения и навыки, что также отражается на том, какую практику предоставляет предприятие, какого направления ее деятельность, какими навыками обладает ментор и наставник, какую он должность занимает. На выходе, после прохождения практики только на одном предприятии, студент не может получить все знания и навыки, предусмотренные программой. Именно поэтому при трудоустройстве работодатели отмечают «пробел знаний» - не все

студенты остаются работать там, где проходили практику. Априори данное утверждение невозможно. В противном случае потребность в квалифицированных кадрах отпала бы давно, однако данная проблема остается.

Одним из решений предполагается, что студент должен оставаться работать там, где проходил практику, для эффективного использования полученных умений и знаний, либо трудоустроившись в похожее учреждение (что в целом, ограничивает его профессиональный рост и свободный выбор направления). Используя реверсивный метод, авторы предлагают перед выбором базы практики, согласовать направление производственной практики и дополнительной подготовкой студента для прохождения практики в определенном месте

(туркомпании), в соответствии с профессиональной и коммерческой деятельностью данного предприятия для более эффективного «закрепления материала». И изучить «закрепляемый материал» студентом заранее, а не получая его как новое знание на месте практики, демонстрируя тот самый «пробел знаний», о котором мы говорили выше. Кроме того, предполагается, что более эффективно можно «закреплять знания» проходя практику в 3-х разных туркомпаниях, разделив въездной, внутренний и выездной туризм (по направлению работы предприятия) – проходить практику на нескольких базах, для более профессиональной подготовки и расширения своих навыков и умений. Таким образом студент получит более развернутый опыт, а также возможность попробовать свои силы в разных направлениях для определения дальнейшего профессионального опыта.

Однако, необходимо учитывать, что турфирма в свою очередь ожидает от студентов положительного эффекта от его присутствия и потраченного времени менеджерами и руководителями практики (мотивационного импульса) на «закрепление полученной теории» и предоставлении новых, недоступных в ВУЗе, знаний, таких как доступ к рабочим кейсам, заявкам по турам, запросам, в том числе и к коммерческой тайне компании и т.д. Более того теоретические знания не всегда применимы на практике, а практические навыки не всегда могут быть получены в учебной лаборатории. И существующая проблема отсутствия обратной связи от работодателя также остается все еще не решенной.

Обладание навыками применения «smart» технологий перед выходом на практику существенно сократили бы пробел знаний начинающих сотрудников, а также помогли бы не только в создании и внедрении новых и креативных идей для туркомпании, но и лояльности к новоприбывшим и проходящим практику (согласно опросу, проведенному между практикантами «Evisa Travel», сотрудники базы практики довольно скептически относятся к ним, и не доверяют поручение «важной» и «ответственной» работы, будучи уверенными в некомпетентности стажера).

Резюмируя возможное решение для закрепления теоретических знаний - согласование действующей теоретической базы знаний с данными баз практик (то есть изучать в ВУЗе то, что можно закреплять на базе практики, а не наоборот) и обучение «smart» технологиям в туризме в более расширенном масштабе заранее (привнести с собой

знания не только присутствующие на базе практики, но и те, которые компания не использует по ряду причин, в том числе и из-за незнания или сложности внедрения).

Помимо подготовки студентов предполагается приглашение преподавателей для апробации практической системы и получения новых практических знаний и навыков, получаемых только в процессе производства до выпуска студентов на базу практики (изучая заранее направление и деятельность компании, с которой подписано соглашение о предоставлении места практики и готовя материалы для студентов соответствующей специальности). Такую подготовку к практике уровня самого преподавателя можно оценить как повышение квалификации, таким образом предоставляя информацию для обучающихся, что сам преподаватель проходил практику на базах, которые предлагаются для выбора, знаком с работой компании в действии, с работниками организации, их структурой и может дать действующие рекомендации и более того, принимать участие в создании новых идей и улучшения эффективности работы организации, а также осознавать какие «пробелы в знаниях» могут возникать у него и на какие теоретические и практические знания стоит сделать упор в создании лекционного и практического материала. А предварительное знание студентов о базе практики, сотрудников, подготовка материалов к продвижению ее турпродуктов или услуг увеличат лояльность компании в разы (например, рекламные тексты, видеоролики для социальных сетей, знание программного обеспечения для создания качественного контента, методы бесплатного продвижения, но *заранее, до прихода на базу практики*) (Рисунок 2).

На рисунке 2 показан процесс внедрения программы практики на учебный академический год. Совет по утверждению образовательной программы «Туризм» совместно с работодателями, профессорско-преподавательским составом, членами студенческого совета и др. разрабатывает и утверждает программу практики. Работодатели предоставляют свои рекомендации до начала учебного года, в том числе и только ту информацию, которой сами владеют в должной степени, как было сказано выше, каждая туркомпания работает в своем направлении, что означает ожидание от ВУЗа наличия и получения на одной базе практики всех планируемых для студентов навыков и компетенций профессиональных стандартов и учебных программ.

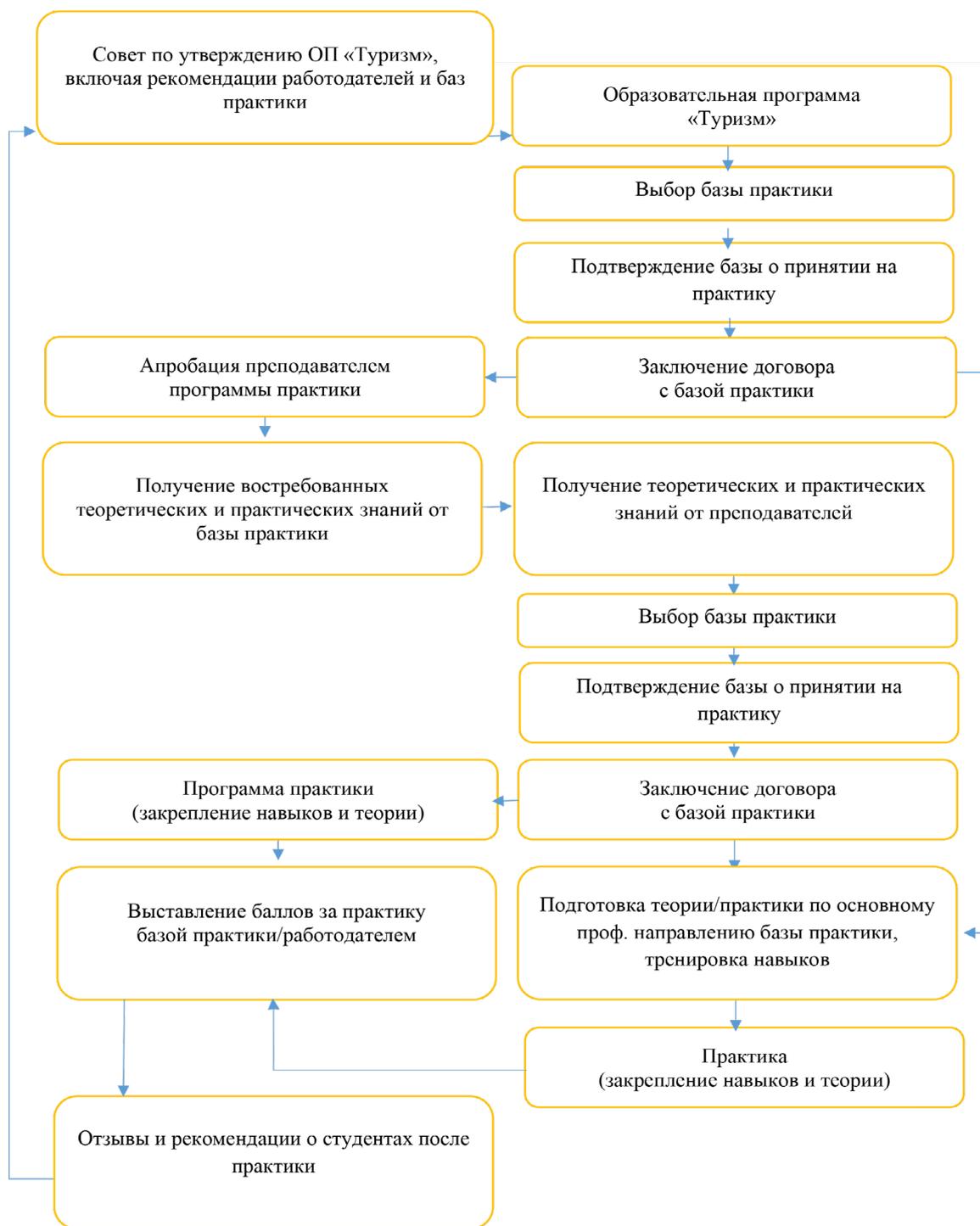


Рисунок 2 – Схема принятия решения по реверсивному методу

Далее по утвержденной программе студенты выбирают базу практики, согласовывается количество студентов и заключаются договора о прохождении практики. При этом утверждение программы обучения, силлабусов и прочих материалов осуществляется до

начала учебного года в том числе, что уже само по себе обозначает «запаздывание новых технологий и знаний», которые достаточно быстро обновляются в компаниях, которые стремятся успевать за прогрессом и имеют ресурсы для их внедрения.

Однако, как показал опыт компании «Evisa Travel», рекомендации работодателей, носят поверхностный характер, так как преподавателю зачастую не доступны программное приложение, вебинары, workshop-ы, семинары и тренинги, которые туроператоры часто проводят для турагентов для повышения их квалификации и стремлении успеть за пожеланиями туристов, предложениями новых турпродуктов и т. д. В таком случае, согласно схеме, прохождение составленной программы практики становится эффективнее, когда преподаватель до назначения студентам баз практик, сам получает практический опыт, то есть проходит апробацию программы персонально, получая наиболее актуальную информацию о наличии программ, приложений, ресурсов которая использует та или иная компания. И сам, получив этот практический опыт сумеет предоставить теорию студентам, уже непосредственно касающуюся производства в данный момент времени более эффективно. Студенты будут понимать, что именно их ждет на базе практики, в каком виде, смогут морально подготовиться, изучить более детально направление предприятия в сфере туризма, концентрируясь на теории именно тех практических навыков которая даст ему выбранная база практики. И в таком случае, сумму навыков и компетенций необходимо учитывать из направлений туркомпаний, суммируя с практикой на других предприятиях. Что означает вероятно практику на нескольких предприятиях суммарно в минимальном количестве 2 или 3.

Таким образом, получая от преподавателя конкретное представление об ожидаемых работах, и убедившись, что преподаватель сам проходил ту программу, которая предстоит студенту – студент более позитивно настраивается, преодолевает страхи и барьеры, как показывает опрос студентов, наиболее частых страх, что «я не буду соответствовать ожиданиям», однако встречное противоречие также наблюдается в анкетировании содержащее фразу «оказалось хуже, чем я ожидал», то есть преподаватель адекватно сможет дать представления «ожидание-реальность» для студента, таким образом улучшив коммуникацию и взаимодействие между студентами и работодателями.

Помимо этого варианта, на рисунке 2 представлено решение/рекомендация после подтверждения базы практики, студентам самостоятельно начинать готовиться к ее прохождению, изучая как можно больше информации в свободном доступе о базе заранее. Такая подготовка дает преимущество, не оказавшись растерянным «незнающим зеленым неопытным», как описывают в компании «Evisa Travel» студентов, которые не имеют никакого представле-

ния о компании, чувствуют себя обреченными «на провал», боятся отвечать на телефонные звонки, боятся разговаривать с туристами. В некоторых случаях студенты отказываются делать работу по офису, считая, что предлагать кофе или чай туристам, или проведение влажной уборки рабочих мест не является работой менеджеров по туризму, однако разъяснение должностных инструкций сотрудников и объяснения о том, что существует необходимость следовать правилам компании занимает много времени, раздражает работающих людей в офисе, что приводит к конфликтам и недопониманию и усугублению впечатления о студентах. При этом предлагается также в виде решения оценку за пройденный период практики предложить проводить работодателю, а не руководителю практики с ВУЗа, что, в свою очередь, покажет степень вовлеченности в учебный процесс самой компании, руководства и менторов. Далее на следующий год, используя полученный опыт, можно будет улучшать и внедрять новые процессы или рекомендации от работодателей, создав именно ту необходимую «обратную связь» между ВУЗами и работодателями. А также повторно направлять преподавателя на базу практики, что отражено на рисунке как циклический процесс. При этом преподаватель будет получать информацию об обновлениях, внедренных технологиях и изменениях на базе практики и работодателей, помимо этого, получая доступ к коммерческой тайне предприятия, сможет развить дополнительные навыки.

На основании апробации программы практики преподаватель составляет технический список компетенций, навыков и знаний, которые доступны на разных базах практики и предоставляет характеристики баз для выбора наиболее привлекательного направления для студента (прокачивать определенные навыки, например). Поощрение наставников или менторов со стороны ВУЗа в качестве денежной компенсации, или предоставление студентам, владеющих навыками по технологиям («smart» технологии), не всегда доступных туркомпаниям, в качестве альтернативы – повышало бы лояльность со стороны туркомпаний и предоставляло бы студентам востребованными профессионалами.

**Рекомендации.** Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при разработке и реализации программ практического обучения студентов по направлению подготовки «Туризм» в ВУЗах Республики Казахстан.

На основании исследований и использовании методов ТРИЗ, искусственного интеллекта и реверсии действующих схем, рекомендовано иметь

«Кейс информации о базе практики» (описать информацию, полученную в результате апробации), «Кейс информации конфиденциального характера» (описать какие данные включены в нее, и предупреждение о неразглашении, в том числе без публикации в социальных сетях), предоставление базам практики «Кейс информации о студентах, успеваемости, резюме, описание soft and hard skills» для повышения лояльности работодателей, сверка программы практики со стандартами в сфере «Туризм» и наличие работ, навыков и компетенций прямо имеющих отношение к определенным

профессиональным стандартам для понимания и соизмеримого ожидания от прохождения практики. Помимо прочего разработчики реверсивного метода рекомендуют прохождение программы практики минимум в 2-3-х местах для охвата всех необходимых компетенций и навыков специалистов по программе «Туризм».

Для более четкого представления точек пересечения интересов и проблем заинтересованных сторон, был проведен двусторонний SWOT- анализ для студентов будущих практикантов и самих баз практик (Таблица 1).

Таблица 1 - SWOT - анализ при выборе базы практики для студентов

<b>Сильные стороны:</b>	<b>Слабые стороны:</b>
Опыт и репутация Специализация Команда Условия практики Возможности для карьерного роста	Недостаток опыта и репутации Отсутствие специализации Неопытная команда Непривлекательные условия практики Ограниченные возможности для карьерного роста
<b>Возможности:</b>	<b>Угрозы:</b>
Новые направления и рынки Новые технологии Участие в интересных проектах Карьерный рост	Внешние 1. Экономическая нестабильность 2. Изменения на рынке труда 3. Увеличение конкуренции 4. Неблагоприятные политические условия Внутренние 5. Недостаточные навыки и опыт 6. Неумение самопродвигаться 7. Недостаточные связи 8. Неудовлетворительная работа 9. Личные проблемы, выгорание, проблемы в общении с людьми

Таблица 2 - SWOT - анализ для приема на практику студентов

<b>Сильные стороны:</b>	<b>Слабые стороны:</b>
Снижение расходов Новые идеи и свежий взгляд Поиск новых талантов Улучшение имиджа компании Обучение и развитие персонала	Затраты времени и ресурсов Необходимость в опытных наставниках Риск несоответствия Необходимость в адаптации Ограниченная продолжительность работы
<b>Возможности:</b>	<b>Угрозы:</b>
Расширение команды Тестирование новых идей Укрепление связей с учебными заведениями Повышение лояльности сотрудников Соответствие социальным ожиданиям Привлечение дополнительных клиентов	Недобросовестная работа Утечка информации Несоответствие законодательству Изменение отношения к практике Конкуренция за практикантов

Из таблицы 1 следует, что необходимо как важно студентам осознавать риски и проактивно принимать меры по их минимизации, используя данные рекомендации:

Тщательно планировать поиск базы практики;  
Развивать навыки и опыт;  
Расширять сеть контактов;  
Демонстрировать ценность работодателям;

Беречь свое здоровье, в том числе и ментальное; Быть готовым к тому, что придется столкнуться с трудностями (опросы показывают, что чаще всего студенты не готовы к сложностям и эмоциональным нагрузкам в работе с клиентами, например страх разговаривать по телефону, предложить помощь ожидающему туристу, ответить на вопросы, позвонить в посольство и т. д.). В таблице 2 демонстрируется составление SWOT-анализа для компании, позиционирующей себя как база практики.

На основе таблицы 2 разработаны **рекомендации для туркомпании**:

Разработать четкую стратегию приема и работы с практикантами.

Определить потребности компании в кадрах и выбрать соответствующие профили практикантов.

Обеспечить практикантам опытных наставников и программу обучения.

Контролировать работу практикантов и оценивать их результаты.

**Выводы.** Описание опыта создания системы практического обучения в туркомпании «Evisa Travel»:

– компания совместно с ВУЗаами разрабатывает программу практики, соответствующей нормативным требованиям по направлению подготовки специальности «Туризм»;

– программа включает в себя теоретическую, практическую и итоговую части;

– для отбора студентов учитываются их успеваемость, мотивация и личные качества на основании наличия опыта преподавания у руководителей туркомпании (директор компании преподает дисциплины в КазАСТ);

– руководителем практики назначается опытный сотрудник туркомпании;

– в данное время ведется строгий контроль о предоставлении договоров о конфиденциальности получаемой информации о клиентах (в докумен-

тации о техники безопасности, описании работы компании и т. д.);

– создается специальный чат в мессенджерах, где студенты получают информацию о вебинарах, workshop-ах, мероприятиях в сфере туризма и т. д.;

– для студентов выдаются обязательные к выполнению задания (посетить вебинары, создать контент о турпродукте, создать контент о себе, посетить туристские мероприятия);

– оформление договора о практике, индивидуальный план, дневник практики и отчет о практике;

– на преподаваемых дисциплинах представлен опыт работы самой туркомпании (так как апробация руководителем организации производится постоянно);

– поощряются студенты, владеющие навыками ИТ разработок, смарт приложений и технологий в сфере туризма;

– для изучения опыта и в виде эксперимента на практике студентам предоставляют в виде подчиненного студента или практиканта с другого ВУЗа – для развития лидерских качеств и ответственности;

– созданы опросные листы для студентов до практики и для студентов, прошедших практику с целью оценивания полученного опыта и корректировки будущих программ.

Таким образом используя созданную на основе реверсивного метода с учетом противоречий по ТРИЗ программу практики студентов ОП «Туризм» можно достигнуть более эффективных результатов в рамках приобретения навыков и компетенций студентов, сократить разрыв «запаздывания знаний», повысить лояльность турпредприятия к практикантам, придать уверенности в собственной значимости начинающим специалистам и обеспечить туристической отрасли более опытных специалистов сразу после окончания ими ВУЗа.

## Литература

- 1 Институт экономических исследований // <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=396> (дата обращения 01.05.2024).
- 2 Абдикаримова М.Н., Губаренко А.В., Пестова А.А., Имангулова Т.В. Роль образовательных программ по туризму в развитии туристских дестинации Республики Казахстан // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2023. – Vol. I, - №1 (1). – С. 63-73.
- 3 Гончарова О.В., Халесва С.А. Использование современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении туристских услуг // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 8. – С. 1709-1724.
- 4 Аябекова А.Е., Демеев А.Б. Сагымбай О.Ж. Туризм кызметкерлерін дайындауда топонимикалык зерттеулер // Вестник КазНУ. Серия «Географическая». - 2017. - № 4 (47), – С. 123-131.
- 5 Круглов Д.В. Влияние digital-технологий на качество человеческих ресурсов // Экономика труда. – 2018. – Том 5. – № 4. – С. 951-958.
- 6 Артемьев А.М. К вопросу качества подготовки туристских кадров // Вестник КазНУ. Серия «Географическая». - 2015 <https://pps.kaznu.kz/en/Main/FileShow2/62782/109/3/381/0/> (дата обращения: 27.04.2024).
- 7 Аубакирова Ж.Я., Айтбембетова А.Б., Сидоренко Е.Н. Конкурентоспособность туристской отрасли Казахстана в условиях технологической модернизации // Вестник КазНУ. Серия «Экономическая». – 2018. - № 4 (126), – С. 190-201.

- 8 Журавлева Л.А., Зарубина Е.В., Ручкин А.В., Симачкова Н.Н., Чупина И.И. Подходы и технологии обучения студентов по направлению подготовки «Туризм» // Образование и право. – 2023. – № 4, – С. 318-323.
- 9 Молдабекова М.С., Федоренко О.В., Мукамеденкызы В., Асембаева М.К. О развитии трансверсальных компетенций студентов физико-технических специальностей // Вестник КазНУ. Серия «Физическая». - 2023. - № 4 (87), – С. 36-43.
- 10 Силина Е.Д. Новые технологии практико-ориентированной подготовки кадров для туристской индустрии // Сервис в России и за рубежом, 2020. - Т.14. - №2. - С. 157-165.
- 11 Жаханова З.Р., Нурмуханова Г.Ж., Лысенко Е.В., Бадамбаева В.М. Управление человеческим капиталом в системе высшего образования Республики Казахстан: ключевые тренды в контексте инновационной экономики // Вестник КазНУ. Серия «Экономическая». – 2023. - № 3 (145), – С. 15-26.
- 12 Гриненко С.В., Романов М.С. Управление знаниями в индустрии туризма и гостеприимства как фактор развития туристских территорий // Материалы «Московского академического экономического форума МАЭФ-2021». 2021. – С. 372-379.
- 13 Официальный сайт Республиканская научно-техническая библиотека (РНТБ), Беларусь «Теория решения изобретательских задач» // <https://rlst.by/informational-resources/teoriya-resheniya-izobretatelskih-zadach/> (дата обращения: 26.04.2024).
- 14 Официальный сайт Казахстанская туристская ассоциация (КТА) раздел «Профессиональные стандарты РК». <https://kztour-association.com/yuridicheskaya-informaciya/professionalnye-standarty/> (дата обращения: 27.04.2024).
- 15 Francisco Javier Ballina Умный бизнес: элемент задержки в будущем умного туризма. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-02-2020-0018/full/pdf?title=smart-business-the-element-of-delay-in-the-future-of-smart-tourism> (дата обращения: 28.04.2024).

## References

- 1 Institut ekonomicheskikh issledovanij // <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=396> (data obrashcheniya 01.05.2024).
- 2 Abdikarimova M.N., Gubarenko A.V., Pestova A.A., Imangulova T.V. Rol' obrazovatel'nyh programm po turizmu v razvitiituristichestskikh destinacii Respubliki Kazahstan // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2023. – Vol. I, - №1 (1). – S. 63-73.
- 3 Goncharova O.V., Haleeva S.A. Ispol'zovanie sovremennykh digital-kanalov i SMM-tekhnologij v prodvizhenii turistskikh uslug // Kreativnaya ekonomika. – 2020. – Tom 14. – № 8. – S. 1709-1724.
- 4 Ayabekova A.E., Demeuov A.B. Sagymbaj O.ZH. Turizm kyzmetkerlerin dajyndauda toponimikalық zertteuler // Vestnik KazNU. Seriya «Geograficheskaya». - 2017. - № 4 (47), – S. 123-131.
- 5 Kruglov D.V. Vliyaniye digital-tekhnologij na kachestvo chelovecheskikh resursov // Ekonomika truda. – 2018. – Tom 5. – № 4. – S. 951-958.
- 6 Artem'ev A.M. K voprosu kachestva podgotovki turistskikh kadrov // // Vestnik KazNU. Seriya «Geograficheskaya». - 2015 <https://pps.kaznu.kz/en/Main/FileShow2/62782/109/3/381/0/> (data obrashcheniya: 27.04.2024).
- 7 Aubakirova ZH.YA., Ajtbembetova A.B., Sidorenko E.N. Konkurentosposobnost' turistskoj otrasli Kazahstana v usloviyah tekhnologicheskoy modernizacii // Vestnik KazNU. Seriya «Ekonomicheskaya». – 2018. - № 4 (126), – S. 190-201.
- 8 ZHurvleva L.A., Zarubina E.V., Ruchkin A.V., Simachkova N.N., CHupina I.I. Podhody i tekhnologii obucheniya studentov po napravleniyu podgotovki «Turizm» // Образование и право. – 2023. - № 4, – С. 318-323.
- 9 Moldabekova M.S., Fedorenko O.V., Mukamedenkыzy V., Asembaeva M.K. O razvitiitransversal'nykh kompetencij studentov fiziko-tekhnicheskikh special'nostej // Vestnik KazNU. Seriya «Fizicheskaya». - 2023. - № 4 (87), – С. 36-43.
- 10 Silina E.D. Novye tekhnologii praktiko-orientirovannoj podgotovki kadrov dlya turistskoj industrii // Servis v Rossii i za rubezhom, 2020. - Т.14. - №2. - S. 157-165.
- 11 ZHahanova Z.R., Nurmuhanova G.ZH., Lysenko E.V., Badambaeva V.M. Upravlenie chelovecheskim kapitalom v sisteme vysshego obrazovaniya Respubliki Kazahstan: klyuchevye trendy v kontekste innovacionnoj ekonomiki // Vestnik KazNU. Seriya «Ekonomicheskaya». – 2023. - № 3 (145), – S. 15-26.
- 12 Grinenko S.V., Romanov M.S. Upravlenie znaniyami v industrii turizma i gostepriimstva kak faktor razvitiya turistskikh territorij // Materialy «Moskovskogo akademicheskogo ekonomicheskogo foruma MAEF-2021». 2021. – S. 372-379.
- 13 Oficial'nyj sajt Respublikanskaya nauchno-tekhnicheskaya biblioteka (РНТБ), Belarus' «Teoriya resheniya izobretatel'skikh zadach» // <https://rlst.by/informational-resources/teoriya-resheniya-izobretatelskih-zadach/> (data obrashcheniya: 26.04.2024).
- 14 Oficial'nyj sajt Kazahstanskaya turistskaya associaciya (KTA) razdel «Professional'nye standarty RK». <https://kztour-association.com/yuridicheskaya-informaciya/professionalnye-standarty/> (data obrashcheniya: 27.04.2024).
- 15 Francisco Javier Ballina Umnyj biznes: element zaderzhki v budushchem umnogo turizma <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-02-2020-0018/full/pdf?title=smart-business-the-element-of-delay-in-the-future-of-smart-tourism> (data obrashcheniya: 28.04.2024).

<b>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)</b>	<b>Автор для корреспонденции (первый автор)</b>	<b>The Author for Correspondence (The First Author)</b>
Миниханова Светлана Викторовна - магистр, аға оқытушы, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: <a href="mailto:minikhanovasvetlana@gmail.com">minikhanovasvetlana@gmail.com</a> , ORCID ID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-0704-2644">https://orcid.org/0000-0003-0704-2644</a>	Миниханова Светлана Викторовна - магистр, старший преподаватель, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан, e-mail: <a href="mailto:minikhanovasvetlana@gmail.com">minikhanovasvetlana@gmail.com</a> , ORCID ID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-0704-2644">https://orcid.org/0000-0003-0704-2644</a>	Minikhanova Svetlana - Master, Senior Lecturer, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan, e-mail: <a href="mailto:minikhanovasvetlana@gmail.com">minikhanovasvetlana@gmail.com</a> , ORCID ID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-0704-2644">https://orcid.org/0000-0003-0704-2644</a>