

из России остается автобус. Самым недешевым является авиатранспорт. Но и здесь, многие авиакомпании предлагают молодежные тарифы и скидки студентам, нередко до 50% от основного тарифа. Альтернативой авиатранспорту является железнодорожный, но он требует не только финансовых, но и временных затрат. Известно, что перемещение таким способом может занять около нескольких суток. Во многих европейских странах существует своя скидочная система. Преимуществом путешествия на поезде является возможность увидеть много интересного, проезжая через разные страны и города.

Следующим вопросом возникает вопрос о месте размещения. Самым популярным экономичным вариантом для студентов являются hostels, или молодежные общежития. Hostels существуют практически в каждой стране. Стоимость одной ночи варьируется от \$15 до \$40 в зависимости от количества человек в комнате. Комнаты в hostele необходимо бронировать заранее, особенно номера на 4, 8 и 10 человек. Они являются самыми недорогими и поэтому пользуются большим спросом.

В hostele студент может воспользоваться кухней, телевизионными каналами, компьютерным залом с доступом в Интернет. Несмотря на низкую стоимость проживания и не самые лучшие условия проживания, каждый hostel отличается довольно серьезными правилами размещения и проживания.

Что касается экскурсий, молодые люди могут также их заказать либо в турфирме, либо в любом туристическом офисе по приезду. В тех же офисах они могут получить бесплатные брошюры-путеводители и карты.

Представитель WYSE Travel Confederation отметил, что молодежный туризм является особенно выгодным для принимающих стран, поскольку средняя продолжительность путешествий молодых людей, например, в Австралии достигает 53 дней, тогда как деловые поездки в среднем длятся всего 3,5 дня, сообщает Travel.ru со ссылкой на Sydney Morning Herald. Кроме этого, опрос специалистов в сфере молодежного туризма показал, что большинство из них ожидают полного восстановления отрасли в первой половине 2010 года.

Ю.С. Пьянкова

К ПРОБЛЕМЕ АДАПТАЦИИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Пьянкова
Ю.С.**

УрГУПС

В современной кадровой терминологии очень часто можно слышать такие слова, как подбор, отбор, переподготовка и аттестация персонала, и крайне редко встречается такое понятие, как адаптация. Вопросы адаптации молодых специалистов имеют большое практическое значение. От их решения зависит пополнение предприятий общественного питания высококвалифицированными кадрами.

В словаре иностранных слов «адаптация» трактуется как «приспособление организма, органов чувств к окружающим условиям». Следовательно,

человек в жизни адаптируется буквально ко всему и от того, насколько быстро и легко пройдет этот период, настолько большая отдача сил, энергии и интеллекта будет от человека.

Адаптация молодого специалиста – это не только приспособление к новым условиям жизнедеятельности, но и активное усвоение норм профессионального общения, производственных навыков, трудовой дисциплины, традиций трудового коллектива, то есть процесс вхождения в ту или иную социальную среду.

Адаптация бывает двух видов: первичная и вторичная. Первичная рассчитана на работников совсем неподготовленных (выпускников профессиональных училищ, практикантов и стажеров). Она включает в себя различные курсы по освоению специальности и цеховое обучение. А адаптация вторичная помогает работникам уже

профессионально подкованным развить свои навыки еще больше: курсы повышения квалификации, самоподготовка специалиста, обмен профессиональными навыками. На предприятиях быстрого питания, где персонал отличается своей низкой квалификацией, основной акцент делается на адаптацию первичную. А в ресторанах серьезных, куда приходят люди уже довольно подготовленные, служба персонала в основном занимается адаптацией вторичной, ведь высокий уровень сервиса могут поддерживать специалисты только высокой квалификации. Для повышения квалификации сотрудников менеджерам рекомендуется проводить дополнительное обучение персонала ресторана на тренингах персонала ресторана.

В коллективе складывается определенная система различных деловых и личных взаимоотношений, которые основаны на взаимном доверии и уважении людей, открытости, порядочности. Особенность трудового коллектива общественного питания в том, что атмосфера, созданная в нём, напрямую касается качества работы с гостями и поэтому создание для каждого сотрудника возможности развиваться как творческой личности очень важно. Коллектив обладает высокой эффективностью в работе, его сотрудники всегда объединены какой-то общей целью. Важным моментом успешности жизнедеятельности такого коллектива является настроение и атмосфера, в которой он живет или социально-психологический климат коллектива, а это - эмоции, отношения, настроения, мнения и установки. Особенно ценны для благоприятной обстановки любого коллектива такие черты характера человека, как жизнерадостность, веселый нрав, оптимизм, а также, уравновешенность и самообладание, которые смогут не допустить конфликта. Таким образом, нормальный, здоровый психологический климат в коллективе всегда является залогом его успешности и работоспособности.

Молодой сотрудник, осваивая профессиональную сферу своей жизни, всегда проходит два уровня адаптации, профессиональный и психологический. Профессиональная адаптация – процесс взаимного приспособления работника и организации, основывающийся на постепенном включении сотрудника в трудовой процесс в новых для него профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда,

на её ход влияют индивидуальные характеристики человека, его интересы, установки, особенности интеллекта. Психологическая адаптация, по мнению специалистов, является наиболее важной. Это сложный, длительный, а иногда и болезненный процесс, связанный с изменением внутреннего мира человека. Он обусловлен отказом от привычного, связан с преодолением различных профессиональных затруднений. Молодой специалист вынужден мобилизовать волю, энергию, сдерживать эмоции. При этом ломаются прежние представления, стереотипы деятельности, формируются новые навыки, умения, изменяется поведение. Здесь важнейшее значение имеет духовная атмосфера коллектива, которая может оказать как положительное, так и отрицательное воздействие на молодого специалиста. Любой коллектив имеет свои законы, которые уже сложились до прихода молодого специалиста и работают по своей определенной схеме. Чем быстрее молодой сотрудник поймет законы своего нового коллектива, отношения внутри него, тем быстрее пройдет его адаптация. Неприятие молодого специалиста, безразличное или даже агрессивное отношение к нему со стороны коллег способны негативно повлиять на профессиональное самоопределение. Нормальный психологический климат, искренняя и доброжелательная атмосфера скорее вызовут у молодого специалиста заинтересованность в работе даже при низкой зарплате. Кроме того, проявляя интерес к работе коллег, молодой специалист сможет завоевать определенное доверие к себе и приобретет профессиональный опыт.

Какие могут быть проблемы у молодого специалиста? В вопросе начинающих специалистов существуют общественные стереотипы. Речь идет об отсутствии восприятия старшими коллегами новичка как полноценного сотрудника и восприятие его как необразованного, глупого человека. Нередко руководители и коллеги старшего поколения хотят от молодых специалистов простого выполнения обязанностей, подчинения, исключая их инициативу и творческие начинания. В таких случаях не рекомендуется начинающему специалисту все происходящее относить к «конфликту поколений» и опускать руки. Выход виден в попытке создания имиджа серьезного работника, который видит свою цель в овладении основными навыками профессии, а также в проявлении

ответственности и определенных организаторских способностей. Человек сам определяет свою позицию, находит те роли, которые ему подходят. Но в условиях вхождения в новый коллектив, на первом этапе, не стоит противопоставлять себя коллективу, лучше действовать в контакте с коллегами, быть готовым оказать и принять помощь от сотрудников. При этом молодому специалисту необходимо постараться не ставить себя на ступеньку ниже остальных работников, а попробовать решать профессиональные проблемы вместе с ними. Тогда специалист сможет завоевать определенное доверие к себе и приобретет профессиональный опыт.

Проявление интереса к делам коллег, вступление в обсуждение проблем коллектива, и не только профессиональных, вежливость и доброжелательность – все это создаст благоприятное впечатление о молодом работнике, покажет, что он заинтересован в общем деле организации. При этом рекомендуется разговаривать с людьми разных поколений на их языке. Не стоит молодому специалисту использовать молодежный сленг или свой какой-то непонятный язык, который уместен только в компании друзей, не связанных с работой.

Одним из немаловажных моментов является и внешнее впечатление о человеке, которое, в

большинстве случаев, складывается на основе прически, глаз, улыбки. К нему можно добавить еще и одежду. А дальше мы уже присматриваемся к личным качествам. Встречая нового человека, коллектив сразу относит его к определенной категории, и строит свое поведение в соответствии со сложившимися стереотипами. Лучше всего, конечно, определенная установка на то, что у каждого человека есть как положительные, так и отрицательные качества. И только умение гибко действовать в соответствии с положительными качествами сотрудника и мягко сглаживать отрицательные – создаст предпосылки более объективного оценивания и предупредит некоторые искажения в представлении о нем. При этом высокая профессиональная компетентность молодого сотрудника вызывает уважение.

Обобщая все изложенное выше, можно сказать, что сочетание тактики руководителя, помощи коллег и определенной политики молодого сотрудника, его знаний и умений в области профессиональных взаимоотношений поможет успешно пройти как профессиональную, так и психологическую адаптацию не предприятиях общественного питания. Молодой сотрудник постепенно приобретет опыт общения с коллегами, гостями, а с ним придет и профессиональный опыт, карьерный рост.

В.А. Гусева

С РАБОЧЕГО СТОЛА ВЫПУСКНИКА: ФОРМИРОВАНИЕ PR-ДИСКУРСА В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Гусева
В.А.

УрГУПС

PR-деятельность («Public relations» – «связи с общественностью») – это планируемая продолжительная деятельность, направленная на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью.

Задача PR состоит в том, чтобы наладить взаимопонимание между клиентом и предприятием гостинично-туристского бизнеса, добиться положительного отношения и доверия клиента к предложению предприятия на длительную перспективу, то есть формирование в глазах общественности положительного имиджа, хорошей репутации и уважения к предприятию. PR – это искусство делать хорошую работу широко известной, а этим призван заниматься «пиарщик» – специалист-суггестор, который управляет информацией, формирует у общественности доверие к предоставляемым услугам и их производителям.