

СПЕЦИФИКА РЫНКА ТРУДА В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА

Г.С. Сологубова, кандидат экономических наук, доцент СПбГЭУ,

г. Санкт-Петербург

Аннотация: рассмотрены характеристики рынка труда в туризме и гостеприимстве, количественные и качественные характеристики рабочих мест в туризме, тенденции развития трудовых ресурсов в экономике России и в секторе гостеприимства в частности

Современный массовый туризм (согласно данным UNWTO количество международных туристов в 2012 году впервые в истории туризма превысило один миллиард человек, а в 2013 турпоток вырос ещё на 4,3%) характеризуется активным расширением потребностей в туристских услугах, ростом обменного потенциала индустрии гостеприимства, что позитивно отражается на объемах занятости, поскольку многие виды трудовой деятельности в сфере туристских услуг остаются по-прежнему трудоемкими.

Характеристики рынка труда в туризме и гостеприимстве

Занятость является важнейшей характеристикой рынка труда. Как экономическая категория, занятость характеризует участие населения в трудовой деятельности: (1) выражает меру включенности населения в производительный труд, (2) определяет степень удовлетворения общественных потребностей в профессиональных работниках разного уровня квалификации в различных секторах экономики, (3) идентифицирует личные потребности работников, их заинтересованность в оплачиваемых рабочих местах, в получении релевантного дохода за труд.

Предпосылки становления и развития туризма как расширяющейся сферы занятости сформированы социально - экономическими явлениями, характеризующими поведение людей в условиях постиндустриального общества (таблица 1).

Таблица 1.

Предпосылки становления и развития туризма как расширяющейся сферы занятости

Предпосылки	Содержательная часть
Снижение доли рабочего времени в пользу свободного времени	Научно-технический прогресс, социальное выравнивание, рост общественного благосостояния, введение гарантированных (сначала неоплачиваемых, а потом и оплачиваемых) отпусков.
Рост материального благосостояния общества и изменение его ценностных ориентиров	Сокращение доли расходов на питание и предметы роскоши в структуре общих потребительских расходов населения. Одновременно растет доля расходов на туризм и организованное проведение свободного времени.

Глобализация социальных и экономических отношений	Формируется общемировой стиль жизни, который воздействует на поездки и туризм. Люди стремятся получить знания друг о друге и новые впечатления.
Туризм в мировой экономике занимает первое место по созданию первичных рабочих мест, не требующих высококвалифицированного персонала	Простота и доступность трудоустройства в предприятиях гостеприимства способствует быстрому трудоустройству молодого поколения. Конечно, не все, кто начинает свой трудовой путь в сфере туристских услуг, остаются в профессии на всю жизнь. Но наличие такой возможности чрезвычайно важно и с точки зрения заработка, и с точки зрения занятости молодёжи.
Сезонность туристского спроса определяет сезонность потребности в трудовых ресурсах	Регулирование миграционных ограничений со стороны индустриальных стран способствует увеличению числа поездок рабочих-мигрантов между страной проживания и центрами занятости за рубежом, а также появлению на туристском рынке турпродукта, рассчитанного на специфические этнические группы.
Повышение продолжительности оплачиваемого отпуска и гибкость рабочего времени провоцируют потребность в новом туристском продукте, включающем максимум удовольствия за минимальный отрезок времени.	Рост популярности тематических парков, круизов, маршрутов выходного дня, каникулярных поездок с краткосрочным пребыванием, поездок целевого назначения, курортов, работающих по системе «All Inclusive», обеспечивающих отдых людям, которым требуется полное отключение от каждодневных забот и тревог.

Выделяют *прямой и косвенный эффект занятости*, вызванный развитием туризма [6]. *Прямой эффект занятости* связан с непосредственным сектором гостеприимства. При этом следует отметить, что сектор гостеприимства постоянно эволюционирует – появляются новые профессии (бариста, аниматор, дворецкий), формируются новые навыки (сетевой шеф-повар, vip - эскорт, флор-дизайн номерного фонда гостиниц), открываются новые площадки гостеприимства (новогодние улицы – ярмарки рядом с крупными отелями, вернисажи в атриумах и вестибюлях объектов туристского интереса). Заметной тенденцией последних лет стала популярность туристских направлений фальсифицированного смысла, когда предметом спроса становятся не традиционные природно-климатические или культурно-исторические аттракторы, а придуманные развлечения – тематические парки: Страна Деда Мороза, Мир Диснея, Город Lego. Содержание и обслуживание таких парков непосредственно влияет на занятость местного населения и вовлекает в трудовой процесс людей разных профессий и квалификации.

Косвенный эффект проявляется в полифункциональном и межотраслевом контексте: в розничной торговле, банковских и страховых услугах, производстве сувенирной продукции и товаров для отдыха, спорта и др. С развитием туристической индустрии всегда происходит оживление в таких секторах экономики, как транспорт, связь, строительство, торговля, сельское хозяйство, машиностроение, производство товаров народного потребления. Возникает

необходимость массового повышения уровня культуры и образования, что влечёт за собой развитие сферы образовательных услуг. Туризм требует совершенствования системы медицинского обслуживания, что способствует развитию оздоровительного и медицинского туризма, а это также отражается на косвенной занятости. Кроме того, внедрение новых средств и методов распространения информации: рекламные акции – мультимедиа программы, мобильные точки продвижения турпродукта и продаж, дегустации и тестирования – всё это влияет на состояние занятости населения и изменяет требования к образовательному, квалификационному и культурному уровню трудовых ресурсов.

Количественные и качественные характеристики рабочих мест в туризме

Согласно данным, опубликованным UNWTO (Всемирной туристской организации) в 2012 году, туризм в мировой экономике стал одним из ведущих создателей рабочих мест, так как в этом секторе было зарегистрировано свыше 75 млн рабочих мест во всем мире [4]. Каждый двенадцатый человек сегодня работает в сфере туризма. Международный туризм обеспечивает занятость, прежде всего, молодежи и женщин как в городах, так и в сельской местности. Прямой вклад туризма в экономики отдельных стран представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Статистика туризма, 2012
данные подобраны по материалам, опубликованным на сайте конференций UNWTO [2].

Страны	Вклад туризма в ВВП, %	Вклад туризма в Занятость, %
Австралия	2,6	4,5
Бразилия	3,6	6,2
Канада	1,9	3,6
Китай	4,2	2,3
Германия	3,2	4,7
Индия	2,8	4,6
Индонезия	2,5	3,5
Япония	1,9	2,9
Республика Корея	1,5	2,0
Саудовская Аравия	2,9	6,6
Южная Африка	3,0	4,3
Испания	6,4	5,1
Великобритания	3,8	14,2
США	2,7	3,7
Россия*	5,9	29

* Данные по России из исследования, проведенного «Oxford Economics» в 2011 году [1]

Чёткую количественную оценку рынка труда в сфере туризма представить довольно сложно. Затруднения связаны с межотраслевым характером туристской деятельности, разнообразием связей между туристским сектором и другими секторами экономики, спецификой посредничества туристской услуги как разновидности труда.

И, тем не менее, на основе анализа количественных показателей туристской деятельности за период были определены некоторые закономерности. Так, например, косвенный эффект занятости в туризме оценивается в 1,4 рабочих места, косвенно зависящих от туризма, на одного занятого непосредственно в отрасли для стран с высоким уровнем экономического развития (Швейцария, Германия). По расчетам швейцарского профессора Х.-П. Шмидхаузера, каждые 1000 мест в туристических средствах размещения создают в среднем 459 рабочих мест в сфере услуг (2/3 из них - в гостиничном хозяйстве, остальные - в других секторах сферы услуг). На 100 рабочих мест в гостиничном хозяйстве приходится около 50 рабочих мест в таких областях, как услуги торговли - 11 мест, банковские и страховые услуги - 2 места, транспортные услуги - 3 места и пр.[3]. Для стран с низким уровнем экономического развития, включая островные государства, косвенный эффект занятости в туризме экспертно оценивается в диапазоне от 6 до 20 рабочих мест на одно рабочее место, созданное в непосредственном секторе.

Качество рабочих мест в туризме отличаются следующие особенности:

- сезонный характер;
- значительный удельный вес занятых неполный рабочий день;
- большой удельный вес низкоквалифицированного высоко трудоёмкого живого труда;
- ограниченные возможности автоматизации и компьютеризации рабочих мест в туризме (особенно в гостиничном и ресторанном хозяйстве).

Сезонный характер занятости в туризме¹ имеет как позитивные, так и негативные характеристики. С одной стороны, сезонность порождает неравномерное распределение рабочего времени (сверхурочные часы работы в высокий сезон и недостаточная загруженность работой в межсезонье и низкие сезоны), вследствие чего возникает значительный удельный вес не полностью занятых и высокая текучесть кадров.

С другой стороны, сезонность туризма стимулирует многопрофильный характер формирования рабочих мест, когда один и тот же сотрудник может выполнять различные функции в зависимости от сезонных потребностей и уровня деловой активности. Кроме того, сезонная работа выгодна для многих

¹ Европейский фонд по улучшению качества жизни и условий труда даёт определение сезонному труду как форме временного трудоустройства, привязанному к конкретному периоду года и сектору занятости. Примерами секторов, использующих сезонный труд, являются сельское хозяйство, туризм, озеленение и ландшафтный дизайн, в некоторой степени, строительство (прим. автора).

категорий населения как источник дополнительного дохода. Например, домохозяйка в Ницце в зимний период занимается только домашними проблемами, а летом торгует сувенирами в принадлежащем ей киоске, расположенном вблизи туристической достопримечательности. Сотрудница крупной туристической фирмы в Цюрихе в зимний период, когда работы в центральном офисе становится меньше, подрабатывает на курорте инструктором по горнолыжному спорту. Студент петербургского экономического университета в свободное от учёбы время работает в бассейне инструктором по плаванию.

К отрицательным характеристикам качества рабочих мест в туризме относится значительный удельный вес неквалифицированного труда, в особенности это относится к гостиничному и ресторанному хозяйству. Как свидетельствуют статистические данные по Австрии, процент служащих в секторе HoReCa (в источнике: «туризм, гостиницы, общественное питание») в общем количестве занятых составляет около 12% и остается в течение десятилетий практически неизменным. Несмотря на общие для экономики тенденции к рационализации и автоматизации производства в секторе гостеприимства остаётся большое число рабочих мест, относящихся к категории «не престижных».

Тенденции развития трудовых ресурсов в экономике России и в секторе гостеприимства в частности [5]

Несмотря на целый ряд внешних неблагоприятных факторов: (1) замедление темпов экономического роста; (2) реформирование научной среды (РАН) и информационного сообщества (РИАН); (3) напряженная обстановка в банковском секторе, рынок труда в России демонстрирует стабильные показатели: число вакансий растет, «зарплатные» предложения увеличиваются, однако, наблюдается снижение в темпах роста.

Так за 2013 год число вакансий выросло на 30%. Наибольшее число вакансий было размещено в сентябре-октябре: тогда их количество было на 39% больше, чем в январе. Темпы роста числа вакансий по сравнению с 2012 годом несколько снизились, хотя следует отметить, что в 2011 году они были еще ниже, особенно в первом полугодии.

Рост «зарплатных» предложений на российском рынке труда в 2013 году составил 7,2%. Для сравнения: в 2012 году этот показатель достиг 9,5%. Лидером по темпам роста стартовых зарплат в 2013 году стала сфера маркетинга, рекламы и PR — в ней прирост составил 8,3%. Сектор информационных технологий прочно удерживал позиции «высокозарплатных» предложений, средняя заработная плата соответствовала значению 60 000 рублей в месяц. В секторе HoReCa средняя заработная плата соответствовала значению 30 000 рублей в месяц.

Соотношение предложения и спроса в целом характеризуется стабильностью). В декабре 2013 года оно составило 3,3 резюме на одну вакансию в экономике России. Максимальное значение данного показателя пришлось на февраль (4,4 резюме на одну вакансию), минимум был зафиксирован в июне (3,1 резюме на одну вакансию). Экстремумы ежегодно

коррелируют, что свидетельствует о традиционном оживлении поиска работы на начало года. В секторе HoReCa соотношение спроса и предложения составило 2,7 резюме на одну вакансию. В общем числе соискателей рабочих мест в секторе доля безработных составляет 62,2 %, что соответствует второму месту в рейтинге после категории «рабочий персонал» и свидетельствует о потенциале рынка низкоквалифицированного труда.

Список литературы:

1. Данные по России из исследования, проведенного «Oxford Economics» в 2011 году // Турпром: портал с туристическим лицом // URL: <http://www.tourprom.ru/news/18610/> (дата обращения 06.01.2014)
2. Новости конференции UNWTO, Мадрид, 2013 // портал UNWTO World Tourism Barometer // URL: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/>, дата обращения 05.01.2014
3. Kaspar C., Die Tourismuslehre im Grundriss, Bern, Stuttgart, 1991, S.45.
4. Kester John G.C. Programmer Manager, Tourism Trends and Marketing Strategies, HQ Madrid, Spain, 2013, p. 17
5. Статистический анализ за 2011 – 2013 годы. // Рекрутинговый портал Superjob.ru // URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/> дата обращения 11.01.2014.
6. Сологубова Г.С. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства // Учебное пособие, СПб: ИПК «Инжэкон», 2010. 260 с.