

## **РОЛЬ МОЛОДИХ СПЕЦІАЛІСТІВ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ ПРАЦІ**

На сьогодні в умовах ринкової економіки індустрія туризму посідає важливе місце та кожна п'ятнадцята людина на планеті працює у сфері готельного і туристичного бізнесу. Витрати населення на туристичні послуги у різних країн займають третє місце після витрат на харчування і житло. Сфера туризму підтримує до 50 суміжних галузей та створює додаткові робочі місця.

Сьогодні від туризму певною мірою залежить економіка понад 125 країн. Прибутки від туризму в деяких країнах обчислюються мільярдами доларів. Україна має все необхідне для розвитку сфери туризму. У нашій країні з давніми традиціями, багатими природними та культурними цінностями зростає статус і роль туристичної галузі.

Не дивлячись на сезонність такого роду послуг, кількість туристичних фірм в Україні постійно зростає. Без спеціальної підготовки працювати в туристичному бізнесі неможливо, тому попит на висококваліфікованих спеціалістів досить високий. Саме тому, бажаючих освоїти даєу професію з кожним роком стає все більше і більше.

Молодіжний сегмент ринку праці — найбільш проблемна частка туристичного ринку праці. Пошуки першого робочого місця, невідповідність рівня та якості отриманої освіти професійним обов'язкам, відсутність досвіду роботи, невідповідність запитів молоді та пропозицій роботодавців посилюють напруження на ринку праці [1].

Недостатня увага з боку держави до таких проблем, відсутність системної програми регулювання, законодавча неврегульованість можуть стати підґрунтям для соціальних та політичних потрясінь. Переважна більшість молодих людей, котрі виходять на ринок праці, є недавніми випускниками навчальних закладів різного рівня акредитації.

Щороку навчальні заклади випускають молодих спеціалістів, переважна більшість з яких залишаються з проблемою працевлаштування віч-на-віч. Тому одним з найважливіших завдань роботи з молоддю є сприяння працевлаштуванню випускників [1].

Важливою проблемою на сьогоднішній день є відсутність державного прогнозування потреб економіки у спеціалістах сфери туризму з вищою освітою. Тому й виникають на ринку праці диспропорції попиту й пропозиції дипломованих фахівців. Роботодавці не хочуть брати на роботу початківців, мотивуючи це відсутністю у них досвіду.

Попит на фахівців туристичної галузі на ринку праці достатньо високий і стабільний. Найчастіше компанії шукають менеджерів з туризму, фахівців з роботи з автоматичними системами бронювання квитків, з бронювання готелів і т. д. Також користуються попитом співробітники обслуговуючого персоналу готельно-ресторанного комплексу (порт'є, хостес, метрдотелі, бармени, офіціанти та ін), безпосередньо пов'язаного з туристичним бізнесом і які безпосередньо впливають на темпи і перспективи його розвитку [2].

Проаналізувавши інформацію щодо оголошень про вакансії, які опубліковані на сайті [www.SuperJob.ru](http://www.SuperJob.ru) ми дійшли висновку, що віковий діапазон майбутніх співробітників, яких роботодавець воліє бачити на вакантних посадах, лежить в діапазоні 20 - 40 років, стать кандидата, як правило, значення не має.

Більше третини опублікованих оголошень містять вимогу про наявність вищої освіти у претендентів (вимоги про наявність профільної освіти представлені приблизно в половині опублікованих вакансій). Знання ж

іноземної мови на рівні вільного володіння є одним з основних критеріїв при відборі потрібного кандидата [2].

У зв'язку з активним зростанням сфери освітнього туризму роботодавці сформуvalи перелік вимог до менеджера цього напрямку: знання англійської мови, володіння комп'ютером на рівні впевненого користувача, досвід роботи у сфері освітнього туризму і/або досвід освіти за кордоном. Бажано, щоб кандидат знав ситуацію на освітньому ринку країн, з якими доведеться працювати, мав досвід відвідування даних країн.

Крім того, кандидат повинен вміти проводити аналіз і відбір за запитом клієнта, вести переговори, оформляти необхідну для виїзду документацію (договори, туристичні путівки тощо), вести переговори з клієнтом, оперативно вирішуючи конфліктні ситуації [3].

Крім усього іншого, необхідною умовою для заняття даної вакантної посади на підприємстві туристичної індустрії є вміння формувати і вести базу даних клієнтів, а також мати хороші комунікативні дані (товариськість, вміння вести переговори, у т. ч. телефонні). Звичайно, роботодавцями оцінюється наявність досвіду роботи в готельному або туристичному бізнесі. Досить цінними являються навички гарного й упевненого "продавця" [3].

Кадрові проблеми вітчизняних підприємств туризму пов'язані з тим, що поки немає достатньої кількості фахівців-професіоналів: програмістів, системних адміністраторів, менеджерів інформаційних проектів, здатних створювати і впроваджувати нові засоби і системи.

Варто відмітити, що відсутність достовірної та надійної інформації про стан ринку туристичних послуг, відсутність звичного для західного клієнта сервісу, високого рівня обслуговування (адже доброзичливість, відповідальність, привітність персоналу ніякою новітньою технікою не заміниш) ускладнюють роботу підприємств туристичної галузі. Саме тому, підбираючи персонал, керівникам необхідно орієнтуватися на подолання цих проблем.

## Література:

1. Ринок туристичних послуг в Україні [Електронний ресурс] / Л. І. Гонтаржевська ; Донецький інститут туристичного бізнесу. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
3. Кифяк В.О. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.