

Д. С. Ковтун

**ПІДБІР КВАЛІФІКОВАНОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА
УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБ'ЄКТА
(НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВСЬКОГО МІСЬКОГО КЛАДОВИЩА № 1.
ПАРК «МОЛОДІЖНИЙ» М. ХАРКІВ)**

D. S. Kovtun

**SELECTION OF QUALIFIED PERSONNEL AS A COMPONENT
OF EFFICIENT FUNCTIONING OF A TOURISTIC OBJECT
(THE CASE STUDY OF KHARKIV CITY CEMETERY № 1.
“MOLODIZHNI” PARK)**

У наш час гостро постало питання підбору кваліфікованого персоналу, який здатен спрямовувати туристичну індустрію в правильному напрямі. Але, на жаль, більша кількість співробітників і досі дотримують давно застарілого бачення «правильної музейної діяльності». З іншого боку, є молоді спеціалісти — випускники ВНЗ. Вони не мають досвіду, але сповнені неймовірною енергією та ентузіазмом.

Саме такий контингент може поліпшувати роботу музею, базуючись на зарубіжному досвіді. Успішне функціонування нового туристичного об'єкта безпосередньо пов'язане з правильним підбором персоналу. Йдеться про Харківське міське кладовище № 1 та його трансформацію в «Молодіжний парк». Оскільки некрополь, як адаптований для відвідування туристичний об'єкт, рідкісне явище для України, саме такі об'єкти потребують досвідчених спеціалістів. Пропонуємо такі етапи підбору музейних працівників для роботи в музеєфікованому некрополі:

Етап 1. Визначитися з поняттям «ідеальний кандидат»: технічні навички / теоретична підготовка; особисті якості (комунікаційні навички, керівні здібності тощо); попередній досвід роботи. Якщо кандидат має досвід роботи у музеї під відкритим небом, він зможе застосувати свої навички у роботі з музеєфікованим некрополем.

Етап 2. Усвідомлення мотивації та критеріїв прийняття рішення Вашим цільовим кандидатом. Важливо розуміти, що саме Ви можете запропонувати кандидатові на запропонованому місці (для випускника ВНЗ радше за все це будуть досвід та перспектива розвитку, для досвідченого — можливість працювати над масштабними проектами). На запропонованому об'єкті актуальним буде бажання кандидата розпочати щось кардинально нове, зокрема і для України, адже прикладів музеєфікованих кладовищ обмаль. Такий об'єкт охоплює одразу кілька аспектів музейної діяльності, що дозволяє працівникові втілити в житті ідеї, аналогів котрим немає.

Етап 3. Усвідомлення місць зупинення Вашої цільової аудиторії, вибір стратегії пошуку. На цьому етапі Вам необхідно визначити, де саме шукатиме роботу (або просто проводити вільний час) «той самий» кандидат, також важливо визначити максимально ефективний інформаційний канал для передачі посилань (від цього залежатиме, чи буде вакансія

помічена). Варто розмістити інформацію про вакансію не лише в соціальних мережах та джоб-сайтах, а й розповсюдити її у ВНЗ.

Етап 4. Зовнішній бренд роботодавця відіграє важливу роль. Кожен хоче працювати в місці, котрим зміг би пишатися. Розглядаючи кілька ідентичних варіантів, досвідчений спеціаліст, радше обере саме те місце, про яке має більше позитивної інформації. Тому, пропонуючи роботу на рідкісному об'єкті (некрополь, у нашому випадку), Ви зацікавите кандидата незвичністю та неповторністю його місця роботи.

Етап 5. Розміщення оголошень про вакансію. Воно має бути інформативним, цікавим та нестандартним.

Етап 6. Процес прийому резюме. На цьому етапі важливо вчасно надати зворотній зв'язок кандидатові після подачі резюме, кандидат не має відчувати себе покинутим та має розуміти, на якому етапі розгляду перебуває його резюме. Інакше існує велика імовірність того, що частина кандидатів, навіть не маючи цікавіших варіантів, просто відмовиться від Вашої вакансії.

Етап 7. Відбір резюме, відповідність резюме кандидата означеним у вакансії критеріям. Після прийняття рішення необхідно сповістити кандидата у максимально короткий термін (краще завчасно домовитись з кандидатом про можливі терміни прийняття рішення та дотримати їх). У випадку відмови необхідно пояснити її причини. Також не слід недооцінювати важливість розмови про перспективність об'єкта та його цінність, він має прагнути повернутись до Вас.

Етап 8. Запрошення на співбесіду. Запрошуючи на співбесіду варто запитати кандидата, коли йому буде зручно. Після того, як дата та час співбесіди визначено, треба надати кандидатові точну інформацію про місце проведення (адреса, номер телефону, за яким він зможе звернутись до Вас чи до іншої довіреної особи з питаннями).

Етап 9. Співбесіда. На цьому етапі важливо не тільки визначити відповідність кандидата позиції, а й зацікавити його. Співбесіда має відбуватись у дружній атмосфері, кандидат — гість, а не школяр у кабінеті директора. Якщо існує така можливість, можна провести претендента територією некрополя, з метою близького ознайомлення з майбутньою роботою.

Етап 10. Підписання договору. По можливості він має бути особисто орієнтованим.

Етап 11. Адаптація. Співробітник має бути забезпечений усіма необхідними йому ресурсами та інформацією (робоче місце, план навчання, зворотній зв'язок, куратор нового працівника).

Таким чином, пройшовши названі етапи відбору, цілком імовірно, що працівник зацікавиться процвітанням туристичним об'єктом. Йому буде цікаво ознайомитись із досвідом інших компаній та адаптувати його до реалій об'єкта своєї діяльності.