

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.48

Алдошина М.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризмуХарківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПОШУКУ ТА НАЙМУ СПЕЦІАЛІСТІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

PECULIARITIES OF SEARCH PROCESS AND HIRING OF SPECIALISTS FOR TOURIST ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні етапи процесу пошуку, відбору та найму спеціалістів у туристичних підприємствах. Запропоновано проведення аналізу ринку праці туристичної сфери на основі переліку ключових показників. Представлено рейтинг сайтів пошуку роботи в Україні. Надано практичні рекомендації щодо процесу формування зворотного зв'язку між кандидатами та роботодавцем на офіційному сайті туристичного підприємства.

Ключові слова: кадрове забезпечення, спеціалісти туристичної сфери, ринок праці, співбесіда, підбір персоналу.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные этапы процесса поиска, отбора и найма специалистов на туристических предприятиях. Предложено проведение анализа рынка труда туристической сферы на основе перечня ключевых показателей. Представлен рейтинг сайтов поиска работы в Украине. Даны практические рекомендации относительно процесса формирования обратной связи между кандидатами и работодателем на официальном сайте туристического предприятия.

Ключевые слова: кадровое обеспечение, специалисты туристической сферы, рынок труда, собеседование, подбор персонала.

ANNOTATION

In the article the main stages of search, selection and hiring process of specialists at tourist enterprises are shown. A labor market analysis in tourism based on a list of key indicators are offered. The rating list of job search sites in Ukraine is presented. Practical recommendations of feedback process formation between candidates and the employer on the official website of the tourist enterprise are presented.

Keywords: personnel, specialists in the tourism sector, the labor market, interviews, recruitment.

Постановка проблеми. Потреби сфери туризму в нових умовах господарювання значною мірою зосереджені на необхідності кадрового забезпечення усіх напрямів розвитку, видів і форм туризму. Основна проблема полягає в багатопрофільному характері туристичної діяльності, яка, з одного боку, потребує формування та залучення кадрів різних професій, спеціальностей, кваліфікацій, а з іншого – появи принципово нових технологій обслуговування туристів та екскурсантів, потреби в яких виникають у міру розвитку суміжних галузей народногос-

подарського комплексу і формування фахівців суміжних видів професійної діяльності.

Процеси пошуку та відбору кадрів для туристичних підприємств повинні ґрунтуватися на наукових засадах, оскільки помилки, допущені під час їх здійснення, негативно позначаються на фінансових показниках, роботі управлінсько-організаційної системи та соціально-психологічному кліматі колективу.

Слід звернути особливу увагу на роботу із зовнішніми джерелами пошуку, такими як ВНЗ туристичного профілю. Кількість таких закладів в Україні з кожним роком зростає, а проблема невідповідності рівня підготовки студентів та випускників вимогам сучасного туристичного ринку залишається. Отже, розроблення спільних програм попереднього навчання та стажування на базі туристичних підприємств досі є актуальним питанням, що сприятиме формуванню мотивованих, неупереджених працівників у майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням кадрового менеджменту в туристичній галузі присвячено роботи таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як: В.К. Федорченко, І.В. Зорин, В.А. Квартальнов, Н.І. Кабушкін, С.С. Скобкін, Л.В. Сакун, Е.К. Онищенко та ін. Однак слід зазначити постійний розвиток Інтернет-мережі, яка стає основною платформою для пошуку спеціалістів та зростання рівня обізнаності вітчизняних туристів, що, відповідно, спричиняє підвищення рівня вимог до здобувача з боку роботодавців. Отже, питання визначення найбільш оптимальних джерел, методів, технологій пошуку та найму спеціалістів туристичної галузі знаходиться у постійному динамічному розвитку.

Мета статті полягає у дослідженні ринку праці України у сфері туризму та наданні практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи пошуку для найму персоналу на підприємствах відповідної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок праці характеризується як одне з найбільш складних соціально-економічних явищ суспільства, в якому відбиваються всі сторони його життєдіяльності, проявляється вся різноманітність його інтересів та протиріч. Процес його функціонування постійно знаходиться у колі зору держави, оскільки відтворення такого товару, як робоча сила, – це відтворення трудових ресурсів й у цілому продуктивних сил суспільства. Дослідження ринку праці для оцінки потенціалу пошуку та найму кваліфікованих спеціалістів для підприємств туристичної галузі, на нашу думку, має здійснюватися на основі комплексного дослідження таких показників:

1) Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні за регіонами, показує кількість юридичних та фізичних осіб – підприємців, що здійснюють та забезпечують туристичну діяльність, а також кількість осіб, які не є підприємцями та надають послуги з тимчасового розміщення, харчування. Порівняно з 2014 р. показник із кожним роком зменшувався в усіх регіонах України. Оскільки вимоги до фахівців із кожним роком зростають, тому кількість суб'єктів зменшується. Найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності зареєстрована в Дніпропетровській області.

2) Валовий регіональний продукт (ВРП) – показник, що вимірює валову додану вартість та обчислюється шляхом віднімання із сумарної валової продукції обсягів її проміжного споживання. Станом на 2016 р. найвищі показники були в Одеській та Дніпропетровській областях, найменші – у Кіровоградській, Чернівецькій, Чернігівській та Хмельницькій областях.

3) Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, показує результати роботи спеціалістів туристичної галузі, тобто скільки людей, скориставшись послугами турагентів чи туроператорів, здійснили подорож. Цей показник має тенденцію до щорічного зростання за регіонами, отже, можна сказати, що працівники туристичної галузі мають попит на ринку праці.

4) Індекс розвитку ринку праці доцільно розглядати для відстеження позитивних змін на ринку праці, до нього входять: рівень економічної активності та рівень її реалізації, тривалість пошуку роботи та коефіцієнт плинності кадрів. Проаналізувавши дані за 2014–2016 рр., можна зробити висновок, що найвищий показник у Закарпатській та Харківській областях, найнижчий – у Чернівецькій, Черкаській та Тернопільській областях.

5) Показник економічно активного населення у віці 15–70 років дає змогу оцінити кількість потенціальних робітників туристичної та інших галузей, які можуть бути залучені до пошуку та найму у туристичній сфері. Також цей показник показує потенціальних туристів, які будуть здійснювати подорожі або в межах країни, або за кордон.

6) За допомогою показника «кількість найманих працівників у закладах тимчасового розміщення й організації харчування» можна відстежити зміни кількості робітників у сфері гостинності. Цей показник не мав значних змін за 2014–2016 рр., був приблизно стабільним в усіх областях України. Найнижчі показники у Кіровоградській, Сумській та Тернопільській областях.

Відповідно до стратегічних індикаторів реалізації стратегії розвитку туризму і курортів 2016–2020 рр. планується: зростання внеску сферу туризму у ВВП країни до 12%, збільшення в'їзного туристичного потоку до 30 млн. осіб на рік (у 2016 р., за офіційними даними, цей показник становив 12,7 млн. осіб) та підвищення рівня зайнятості населення у сфері туризму до 1,6 млн. осіб, кожне 11-те робоче місце припадатиме на сферу туризму [1]. Отже, подальше методичне забезпечення управління трудовими ресурсами на туристичних підприємствах набуває все більшого значення.

Відбір спеціалістів туристичного підприємства здійснюється службою управління персоналом відповідно до тактичних і стратегічних завдань, отже, необхідно враховувати, щоб реалізація цього процесу сприяла виконанню таких із них:

- під час набору з числа усіх заявлених кандидатів були відібрані найбільш відповідні для організації працівники;
- витрати, пов'язані із залученням робочої сили, були незначними щодо результатів;
- зберігалася структура кадрів з одночасним припливом нових ідей в організації;
- не постраждав психологічний клімат у колективі;
- особисті очікування працівників організації були втілені в життя [2].

Підбір персоналу туристичного підприємства проводиться, як правило, в таких послідовних формах: пошук, відбір, найм. Під час організації процесу підбору персоналу туристичного підприємства необхідно враховувати вплив цілого комплексу чинників: законодавчих обмежень і можливостей, специфіки підприємства, стану ринку робочої сили, безпосереднього оточення, місця розташування підприємства і т. д. Чим вища посада, на яку претендують кандидати, тим складніше та триваліше процес відбору. Загальна схема процесу, що сполучає в собі процедури пошуку, відбору та найму персоналу, представлена на рис. 1.

Зазвичай під час пошуку кандидатів туристичні підприємства все більше звертаються до зовнішніх джерел. Зовнішні джерела можна умовно розділити на недорогі та дорогі. До недорогих джерел належать, наприклад, державні агентства зайнятості, контакти з вищими навчальними закладами. До більш дорогих джерел – кадрові агентства, публікації в засобах масової інформації (друковані видання, радіо, телебачення).

Нині досить популярними є зовнішні джерела, використання яких може бути й зовсім безкоштовним для організації. Насамперед, йдеться про безкоштовні Інтернет-портали, що присвячені публікаціям вакансій і розміщенню резюме шукачів.

На заході Європи активний розвиток Інтернет-рекрутменту припав на середину 90-х років. Незважаючи на те що вітчизняний електронний рекрутмент відстає від західного на 7–10 років, за останні роки в Україні ця галузь встигла досягти досить високого рівня.

Ядром Інтернет-рекрутменту є job-сайти, найбільш популярні з них представлено в табл. 1 (охоплення по Україні за період з 17.08.2017 по 16.09.2017) [4].

Пошук кандидатів в Інтернеті має як переваги, так і недоліки, але, безсумнівно, є одним із сучасних засобів і може бути ключовим доповненням до традиційних способів працевлаштування.

Оскільки процес пошуку роботи в мережі Інтернет є досить популярним, доцільним є встановлення зворотного зв'язку між кадровою службою підприємства та потенційними кандидатами на вакансії.

Для цього, крім розміщення оголошення на сайтах пошуку роботи, роботодавцям туристичних підприємств слід додавати посилання на свій офіційний сайт, де в розділі «Вакансії» кожен бажаючий буде мати змогу залишити свою анкету для подальшого її розгляду кадровим відділом. У розділі «Вакансії» має бути список вакансій, на які відкрито набір, де у будь-якого відвідувача сайту буде можливість заповнити «Анкету кандидата» та надіслати власне резюме для розгляду кадровим відділом. Також у цьому розділі доцільно розміщувати інші вакансії підприємства, на які в даний час не проводиться набір, «Анкета кандидата», надіслана на таку посаду, буде збережена у базі потенційних працівників і в майбутньому розглянута під час набору на дану вакансію, що дасть змогу формувати базу кадрового резерву.

Анкету слід розробляти з урахуванням специфіки тих або інших посад. Вона може мати стандартну форму і містити біографічні відомості про претендента, його освіту, стаж і досвід роботи, а також відкриті питання, що дають змогу побачити, як кандидат висловлює та формує власні думки.



Рис. 1. Загальна схема процедури пошуку, відбору та найму персоналу [3]

Таблиця 1

Рейтинг сайтів пошуку роботи в Україні

Ресурс	Охоплення за 30 днів	Усього хостів	Хостів із регіону	Частка входів із регіону
WORK.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні	9,87 %	97 850	83 008	84,83 %
rabota.ua – сайт пошуку можливостей	8,16 %	80 085	69 769	87,12 %
JOBS.UA – Знайди роботу в Україні за кілька хвилин!	2,3 %	13 993	11 272	80,55 %
HeadHunter (hh.ua) - Online Hiring Services	2,03 %	12 489	10 215	81,79 %
Vnutri.org – Відгуки про роботодавців	0,61 %	4 132	2 582	62,49 %

На основі інформації, що міститься у первинній анкеті, здійснюються знайомство з кандидатом на посаду і відсіювання претендентів, що не відповідають вимогам формальних характеристик. З урахуванням відомостей, наведених в анкетах, здійснюється підготовка до проведення первинної співбесіди.

Наступним етапом є відбір кандидатів на основі первинної співбесіди спеціалістом відділу кадрів. У ході відбіркової співбесіди 70% часу має бути відведено для розповіді кандидата і 30% – інтерв'юера. Таке співвідношення виправдано для туристичної сфери, з огляду на її контактність та високий рівень людського фактору. Це вимагає від менеджера вміння формулювати питання. Основні навички, якими повинен володіти менеджер для проведення відбіркової співбесіди: вміння ставити питання; вміння контролювати хід співбесіди; уміння слухати (сприймати почуте, запам'ятовувати, аналізувати); уміння складати судження або приймати рішення.

Досить популярною за останній час стала практика проведення стрес-інтерв'ю, зазвичай їх проводять для претендентів на вакансії обслуговуючого персоналу готелів, підприємств сфери харчування та менеджерів із продажу. Мета його проведення полягає у створенні для претендента таких стресових ситуацій, які в майбутньому матимуть місце під час його роботи на певній посаді [5]. Можливе також окреме включення стресових питань у звичайну співбесіду, тому що, як свідчить практика, відсоток претендентів, які відсіюються після такої співбесіди, досить високий.

Останній етап процесу відбору персоналу – прийняття остаточного рішення про наймання. Зазначені питання регламентуються діючим на підприємстві положенням про найм. Для прийняття рішення про найм аналізується весь обсяг інформації, зібраний під час проведення

відбору. Найм працівника на роботу завершується обговоренням та оформленням трудового контракту. Так, після прийняття рішення про прийом працівника на роботу кадрова служба підприємства повинна юридично закріпити ті відносини, що встановлюються між працівником і підприємством-роботодавцем: підготовка і підписання трудового договору або контракту, видання наказу про зарахування на роботу.

Висновки. У туристичній сфері якість кадрового складу формує рівень конкурентоспроможності підприємства. Використання сучасних інформаційних технологій здатне значно поліпшити ефективність роботи кадрової служби туристичного підприємства під час вирішення завдань набору та відбору співробітників. Накопичення та аналіз анкетних даних про період роботи на посаді, обов'язки, навички, досягнення, додатковий досвід роботи дадуть змогу точніше оцінювати відповідність кандидата наявній вакансії, розробляти моделі кар'єри для працівників та формувати кадровий резерв.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016–2020 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.knteu.kiev.ua/file>.
2. Подбор персонала [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.grandars.ru/college/biznes/podbor-personala.html>.
3. Підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах готельного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://infotour.in.ua/yurchenko.htm>.
4. Рейтинг по групі «Робота» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bigmir.net>.
5. Перегудова Т.В., Рубежанська В.О. Сутність, види та принципи стрес-інтерв'ю в системі підбору персоналу організації / Т.В. Перегудова, В.О. Рубежанська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_14_1/Peregudova.pdf.