

ПРОБЛЕМА КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ СФЕРЫ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

С каждым днем в индустрии красоты увеличивается количество новых предприятий, ситуация на рынке труда характеризуется острым дефицитом квалифицированного персонала, в частности, профессиональных работников управления и менеджеров индустрии красоты. Это оправдано, ведь один из ведущих факторов, обеспечивающих конкурентное преимущество, – эффективное управление сервисным предприятием.

В настоящее время нет комплексного обучения по данным специальностям или оно существует в недостаточной степени. Производится обучение парикмахеров, косметологов, визажистов и совершенно отдельно обучение менеджеров и управленцев.

Обучение управлению – главный источник формирования кадров управления, без которых не способна функционировать никакая экономика. Характерная особенность подготовки специалистов в области управления предприятием вытекает из быстрого устаревания знаний. Наука об управлении настолько интенсивно прогрессирует, что необходимо обновлять знания буквально через каждые четыре – пять лет. Поэтому важен принцип непрерывного образования, обучения, периодической переподготовки. Согласно этому принципу, знания подлежат обновлению на основе постоянного самообучения либо периодического обучения на семинарах, курсах, дополнительных образовательных программах.

Обучение управленцев и менеджеров в сфере индустрии красоты еще более затруднительно. Появление новых препаратов и материалов приводит к изменению или возникновению новых услуг, новых технологий, что влечет к постоянному повышению знаний, усовершенствованию навыков и умений персонала. Обучение в таком случае должно иметь оперативный характер – знания должны обновляться по мере возникновения новых технологий и услуг, а это как минимум несколько раз за год.

Выход видится в создании комплексного, технологичного, компактного и одновременно насыщенного образовательного процесса, который наряду с самообразованием позволяет каждому человеку создать собственную модель выхода как из типичных, так и тупиковых ситуаций, ориентации в рыночных отношениях, в предпринимательской деятельности. Все это позволяет обеспечить индивидуальное самовыражение как базу для самоуправления личности.

Обучение реального управленца сферы индустрии красоты позволяет решать проблемы занятости и справедливой оплаты труда, создание гибких социальных выплат и гибких режимов работы, вовлечении работника в планирование его карьеры. В совершенствовании системы обучения управлению в сфере индустрии красоты заключены перспективы создания конкурентоспособности данных предприятий в условиях становления и развития рынка.

И.А. Шалгина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Путь к успеху предприятия, как осознали, многие руководители сферы индустрии красоты, на сегодняшний день зависит от умения грамотно сбывать продукцию (услугу). К сожалению, сделать это довольно таки не просто, не зная при этом запросов, потребностей, предпочтений, интересов и даже образа жизни своих потребителей (клиентов). Но всё же сделать это возможно с помощью маркетинговых исследований, ведь любое такое исследование направлено на получение информации о потребителе.

Маркетинговое (от. англ. market – рынок) исследование – это совокупность подготовки и проведения различных обследований, анализа полученной информации и предоставления результатов и выводов в виде соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед предприятием. Маркетинговое исследование направлено на изучение взаимосвя-