

1. Для эффективных предпринимательских решений необходимо деление затрат на постоянные и переменные затраты.
2. Величина постоянных затрат не меняется с изменением объема оказанных услуг (в краткосрочном периоде), а переменные затраты изменяются вслед за изменением объема услуг.
3. Разделение затрат на постоянную и переменную части дает возможность расчета маржинального дохода.
4. В условиях постоянного изменения рыночной конъюнктуры, высокой конкуренции, для эффективного предпринимательства целесообразно принимать решения, сравнивая валовую выручку с переменными затратами.

Литература

1. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 288 с.
2. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: учебное пособие. М.: Экспертное бюро, ПРИОР, 2001. 212 с.
3. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет; пер. с англ. С.А. Табалиной. М.: Аудит, 2003. 134 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

А.Т. Жуматаева,
научный руководитель Т.А. Михайленко
Казахстан, г. Алматы,
Новый экономический университет им. Т. Рыскулова

В настоящее время рост сферы услуг является одной из глобальных тенденций экономики. Согласно экспертным оценкам количество работающих в сфере услуг достигает 73-80% от общего числа занятых. Увеличение числа свободных вакантных мест будет развиваться в основном за счет индустрии услуг.

Как известно, персонал играет огромную роль в обеспечении успешной деятельности предприятий сферы услуг. Так как само по себе оказание услуги непосредственно связано с личным взаимодействием сотрудника и клиента сервисной организации. Во многом именно от уровня профессионализма, грамотности, доброжелательности работника, его коммуникативных способностей зависит общее восприятие потребителем качества оказанной услуги, и далее ее удовлетворение, в итоге способность конкурентоспособности организации сферы услуг.

Рассмотрим способы поднятия эффективности работы сотрудников, работающих на предприятиях сферы услуг. Всегда ли руководитель должен владеть информацией, чем в данный момент заняты сотрудники? Быть уверенным, что задания, которые были даны, выполняются сразу и не откладываются на потом? Для того, чтобы навести порядок можно попробовать со своей командой множество систем управления. Ведения документооборота, ведения отношений с клиентами, управление проектами и так далее. Каждый из них будет закрывать свой узкий сегмент, наполняя тем самым пробел, но не решать проблему в целом. Это проблема корпоративного тайм менеджмента.

Она заключается в том что руководитель не знает, куда утекает время сотрудников, ведь они заняты не только тем, что говорит делать непосредственный руководитель, но и они помогают друг другу, к ним обращаются за помощью клиенты. Сотрудник может быть вовлечен в проект или в несколько разных проектов, тогда отдельно задания могут поступать от

руководителя этого проекта. Профессиональный сотрудник будет сам себе придумывать работу в рамках должности той, которой он занят, чтобы обучаться развиваться, как то двигать направление, в котором он занят. От этого зависит общий успех всего предприятия. Чтобы не возникало проблем с управлением персоналом, каждый руководитель должен четко определить стиль руководства, знать каждого сотрудника в лицо, то чем он занимается, сто его заботит.

Наиболее предпочтительным инструментом является воспитание у сервисного или торгового персонала чувства лояльности к фирме. Обычно это достигается за счет привлекательных условий труда, благоприятного климата в коллективе, отличной модели карьерного роста, четкой и ясной схем оплаты труда предоставление работнику возможности личной и профессиональной самореализации, надежного стимулирования (т.е. предоставления путевок, премии, посещение кружков). Благодаря этим приемам сотрудник понимает, что прибавка к зарплате, которую он, возможно, получит, у конкурирующей компании не сравнится со всеми этими поощрениями. Эффективность такого подхода заключается еще и в том, что сотрудник пытается остаться в организации, но и не смотря на довольно привлекательные предложения конкурентов, но и разделяет цели своего работодателя, более ответственно относится к своим обязанностям, качественно выполняет свою работу, и в конечном итоге способствует повышению конкурентоспособности своего предприятия. Фактически речь идет о совершенствовании мотивационного механизма, используемого фирмой во взаимодействии с работниками.

Между тем, как показывают многочисленные социологические исследования, отечественный сервис, несмотря на некоторые положительные сдвиги в компании, оставляет желать лучшего. В своей значительной степени ключевым звеном является уровень руководства персоналом организаций, призванных предоставлять какие-либо качественные услуги. С учетом нынешних требований к повышению удовлетворенности различных категорий потребителей в класс приоритетных вошла проблема системного управления персоналом организаций сферы услуг.

Вообще сам по себе вопрос о человеческих отношений в общественном производстве и управления персоналом в целях повышения эффективности той или иной деятельности начали волновать исследователей с начала XX в., и до сих пор научные дискуссии на эту тему не утихают, надеюсь что в будущем этот вопрос будет полностью изучен.

Услуги имеют основные характерные черты: неосвязаемость, неразрывность потребления и производства, изменчивость качества.

Неосвязаемость услуг означает невозможность их продемонстрировать, попробовать, увидеть. Эта черта значительно осложняет покупателю выбор необходимой услуги, а продавцу ее продвижение, поскольку трудно объяснить потенциальному потребителю ее уникальность.

Неразрывность производства и потребления, приводит к тому, что процесс производства услуг неотделим от персонала, который их производит, и требует обязательного участия потребителя в процессе получения услуги. Поэтому зачастую услуга ассоциируется у клиента с сотрудником организации, оказывающим ее. Из этого следует, что производитель услуги необходимо тщательно подбирать, обучать, мотивировать персонал и постоянно изучать мнения клиентов.

Изменчивость качества услуг вытекает из неразрывности процесса их производства и потребления. Поскольку на качество предоставляемых услуг непрерывно влияет комбинация различных факторов изменчивой материальной среды, невозможно добиться их идентичности.

Также у персонала есть ряд проблем:

- обучение квалифицированного сотрудника на предприятии требует достаточно значительных затрат, и при этом нет гарантии что этот сотрудник не откликнется на предложение более выгодных условий труда, сделанное конкурирующей фирмой.

- именно с персоналом связана такая важная характеристика услуг как, непостоянство качества. Люди не поддаются регулировке, и в разные моменты времени с разными клиентами действуют по-разному.

Стратегия управления персоналом. Стратегия управления персоналом сферы услуг предполагает:

- определение целей управления персоналом, при принятии решений в сфере управления персоналом должны быть учтены как экономические аспекты (принятая стратегия управления персоналом), так и потребности и интересы работников (достойная зарплата, комфортные условия труда, возможности развития и реализации способностей работников);

- формирование идеологии и принципов кадровой работы, т.е. идеология кадровой работы должна быть отражена в виде документа и реализоваться в повседневной работе всеми руководителями структурных подразделений организации;

- определение условий для обеспечения баланса между экономической и социальной эффективностью использования трудовых ресурсов в компании;

- стратегия управления персоналом в сфере услуг зависит от стратегии кадровой политики. Более того, стратегия кадровой политики определяет стратегию управления персоналом организации.

В настоящее время выделяют три концепции стратегии кадровой политики.

Первая концепция предлагает, что стратегия управления персоналом в сфере услуг определяется стратегией организации. Управление персоналом выполняет обслуживающую функцию, которая заключается в предоставлении и поддержании работоспособности необходимой для организации работников. Вторая концепция основывается на том, что стратегия управления персоналом сферы услуг является центральной, самостоятельной и не зависит от стратегии организации. В данном случае стратегии кадровой политики зависят от имеющихся или потенциальных кадровых ресурсов. Третья концепция является синтезом двух предыдущих. Стратегия организации сопоставляется с имеющимися и потенциальными кадровыми ресурсами, определяется соответствие направлениям стратегии кадровой политики. В результате такого сопоставления может быть изменена стратегия деятельности всей организации и кадровой политики.

Основные направления кадровой политики организации, выработанными на основе стратегии управления персоналом сферы услуг, являются:

- проведение маркетинговой деятельности в области персонала;

- планирование потребности организации в персонале;

- прогнозирование создания новых рабочих мест с учетом внедрения новых технологий;

- организация привлечения, отбора, оценки и аттестации кадров, профориентация и трудовая адаптация сотрудников;

- разработка систем стимулирования и мотивационных механизмов повышения заинтересованности и удовлетворенности трудом, заработной платой;

- рационализация затрат на персонал компании;

- разработка программ развития персонала в целях решения не только сегодняшних, но и будущих задач организации на основе совершенствования систем обучения, продвижения и подготовки резерва для выдвижения на руководящие должности;

- организация труда и рабочих мест;

- разработка проектов совершенствования управления персоналом организации и оценка социальной и экономической эффективности.

Реализация такой кадровой политики предлагает перестройку работы службы управления персоналом в компании сферы услуг. Общее положение стратегии компании сферы услуг. Кадровая стратегия является составной частью общей стратегии организации сферы услуг и служит одним из инструментов реализации ее миссии и декларируемых целей.

Объект и субъект кадровой стратегии. Объектом кадровой стратегии компании сферы услуг является персонал, понимаемый как совокупность физических лиц, имеющих трудовые

отношения с организацией, выступающей как работодатель, называемых ее сотрудниками и обладающих определенными количественными и качественными характеристиками.

Литература

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 301 с.
2. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве: учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 191 с.
3. Саткалиева Т.С. Управление персоналом: учебное пособие. Алматы: КазЭУ им. Т. Рыскулова, 2007. 295 с.

ХЕДЖИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В РОССИИ И ОСНОВНЫЕ ЕГО ПРОБЛЕМЫ

Н.И. Зиганшина,
научный руководитель А.Р. Гапсаламов
*Россия, Республика Татарстан, г. Елабуга,
Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета*

Различные виды рисков возникли вместе с появлением денежного обращения и взаимоотношений "заемщик-кредитор". По мере развития финансовой системы спектр рисков намного расширился, и задача четкого и грамотного решения и управления данными рисками стала более острой. Правильное управление рисками может привести не только к сохранению денежных средств, но и получение какой-либо прибыли. В настоящее время экономисты, знатоки в области финансов все более глубоко исследуют причины, способы решения возникновения различных рисков в самых разных областях экономической системы. Объектом нашего исследования будет один из методов (инструментов) в системе управления рисками – хеджирование.

Во многих источниках понятие "хеджирование" трактуется по-разному. Хеджирование – это страхование, направленное на снижение риска от потерь, обусловленных неблагоприятными для продавцов или покупателей изменениями рыночных цен на товары в сравнении с теми, которые учитывались при заключении договора [4]. Хеджирование – устранение неопределенности будущих денежных потоков, которое позволяет иметь твердое знание величины будущих поступлений в результате коммерческой деятельности [1].

Программа хеджирования не преследует цель полного устранения риска, она разрабатывается для трансформирования риска из неприемлемых форм в приемлемые. Основная задача управляющего заключается в определении типов риска, которые допустимы в данной компании. Целью хеджирования является достижение наиболее оптимальной структуры риска. Идея хеджирования основывается на том, что люди, обладая различными знаниями, информацией, опытом, новаторскими идеями, по-разному оценивают ситуацию в компании и перспективы ее развития. Таким образом, каждый управляющий по-своему относится к ситуации управления рисками. Основными инструментами хеджирования являются фьючерсная и опционная сделки. Рассмотрим каждую из них подробно.