

4. Брагина С.С., Данько К.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. СПб: Питер, 2011. 302 с.
5. Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. URL: www.marketing.ru.

ОСОБЕННОСТИ ОТБОРА КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

Э. Лян, Э. Ердеш,
Научный руководитель Т.А. Михайленко
*Казахстан, г. Алматы,
Новый экономический университет им.Т. Рыскулова*

Сфера услуг является одной из основных отраслей общественного производства, призванной чутко реагировать на потребности и спрос населения. Управление предприятием сферы услуг и принятие необходимых управленческих решений требует наличия большого объема информации в данной сфере. Коммуникация – это процесс создания и передачи значимых сообщений в неформальной или деловой беседе, в групповом взаимодействии.

С развитием коммуникативных способностей непосредственно связана проблема взаимопонимания и партнерского взаимодействия, так как разное восприятие каких-либо явлений может привести, например, к неверному истолкованию сказанного, и, соответственно, к необоснованным решениям и несогласованным действиям. Умение общаться с людьми расценивается как наиболее ценное в сфере «человек – человек» качество. Коммуникационный процесс представляет собой необходимую предпосылку становления всех социальных систем, потому что именно он обеспечивает связь между людьми и группами, организацию совместной деятельности, что является самым важным в организациях сферы услуг.

В сфере обслуживания очень важно проводить правильный подбор работников, отвечающих требованиям клиентов. Параллельно этому требуется обеспечить соответствующую компенсацию для высококлассного персонала [1].

Кадровая политика в области подбора персонала состоит в определении принципов приема на работу, количества работников, необходимых для качественного выполнения заданных функций, методов закрепления и профессионального развития персонала. Процесс подбора персонала начинается с выбора критериев оценки личности и работы претендентов. Критерии включают нормы поведения и характеристику профессиональных навыков.

На основе сопоставления плана человеческих ресурсов с персоналом, занятым в организации, определяются вакантные должности, которые предстоит заполнить. Если вакансии существуют, начинается процесс набора персонала, состоящий из нескольких стадий - детализации требований к вакантному рабочему месту и к кандидату на его занятие, подбора кандидатов, отбора кандидатов и, собственно, приема на работу.

Стадии отбора: предварительная отборочная беседа; заполнение бланка заявления и автобиографической анкеты; тесты по найму; собеседование; проверка рекомендаций и послужного списка; принятие решения.

Прием на работу должен начинаться с детального определения того, кто нужен организации. Формализация требований к кандидатам является обязательным условием. Описание должности, как правило, готовится службой персонала совместно с руководителем подразделения, в котором существует вакантная должность: специалисты службы персонала привносят свое знание процесса создания этого документа, линейный руководитель - требований к конкретному рабочему месту.

Описание должности содержит перечень основных функций, которые должен выполнять работник, занимающий данную должность. Чтобы облегчить процесс подбора кандидатов, многие организации стали создавать документы, описывающие основные характери-

стики, которыми должен обладать сотрудник для успешной работы в данной должности - квалификационные карты и карты компетенций (портреты или профили идеальных сотрудников) [2].

Квалификационная карта представляет собой набор квалификационных характеристик (общее образование, специальное образование, специальные навыки), которыми должен обладать "идеальный" сотрудник, занимающий данную должность. Карта компетенций представляет собой личностные характеристики человека, его способности к выполнению тех или иных функций, набор типов поведения и социальных ролей, как, например, ориентация на интересы клиента, умение работать в группе, напористость, оригинальность мышления.

Определив требования к кандидату, служба персонала может приступить к реализации следующего этапа - привлечению кандидатов, основная задача которого - создание достаточно представительного списка квалифицированных кандидатов для последующего отбора. Главными ограничителями на данном этапе выступают бюджет, который организация может израсходовать, и человеческие ресурсы, которыми она располагает для последующего отбора кандидатов.

Для привлечения кандидатов организация может использовать ряд методов: поиск внутри организации; самопроявившиеся кандидаты; подбор с помощью сотрудников; объявления в средствах массовой информации; выезд в институты и другие учебные заведения; государственные агентства занятости; частные кадровые (рекрутинговые) агентства; агентства по поиску руководителей; интернет.

Следующий этап подбора персонала - это экспертная оценка, базирующаяся на проведении тестов, решении задач и выполнении упражнений. Результаты тестов должны дать представление о способности человека выполнять определенную работу. Тест должен состояться в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду деятельности, а также включать достоверный набор задач и навыков, необходимых для выполнения рассматриваемой работы. Тесты на умственные способности включают тесты на общую способность рассуждать (умственное развитие) и тесты на специфические умственные способности, такие как память и индуктивное мышление (IQ). Существуют также тесты, оценивающие особые умственные способности - дедуктивное мышление, развитость словарного запаса, умение обращаться с цифрами. Очень важны такие личностные характеристики человека, как мотивация, интроверсия, эмоциональная устойчивость, экстравертированность, сознательность, позитивность, способность к обучению и анализу. Тест на достижения - это оценка знаний человека в конкретной области [3].

После тестирования следует наблюдение: приглашение претендентов и проведение интервью. Существуют и другие методы: групповые дискуссии, деловые игры, индивидуальные сообщения. Необходимо помнить, что отборочное собеседование должно ответить на ряд вопросов: степень заинтересованности претендента вакансией, его способность выполнять работу на должном уровне. Для руководящих должностей, особенно более высокого уровня, главное значение имеют навыки налаживания межрегиональных отношений, а также совместимость кандидата с вышестоящими начальниками и с его подчиненными.

После первого собеседования кто-либо из отдела кадров может провести еще одно, более обстоятельное собеседование с отобранными лучшими кандидатами. Затем с ними должен подробно познакомиться будущий непосредственный начальник, который и выбирает наиболее подходящего из кандидатов, посоветовавшись со своим руководителем. Процесс поиска и изучения претендентов, таким образом, завершен - при условии, что кандидат принимает предложенные ему условия и что он действительно является таким, каким он себя аттестует. Чтобы окончательно убедиться в пригодности кандидата, иногда также осуществляют проверку представленных документов и отзывов, а порой проводят и медицинское обследование. Сотрудник, ответственный за проведение собеседования, должен позаботиться о создании удобной, неформальной обстановки для встречи с кандидатом, уделить ему достаточно времени и заранее составить вопросы на основании представленных им данных.

Во время опроса представитель организации должен сконцентрировать внимание на проблемах, относящихся к работе, чтобы решить, подходит ли претендент для данной должности и подходит ли она ему. Вопросы должны охватывать биографию и опыт работы кандидата, его профессиональные устремления, а также его знания, навыки и интересы [4].

Первым шагом к тому, чтобы сделать труд работника как можно более производительным, является профессиональная ориентация и социальная адаптация в коллективе. Если руководство заинтересовано в успехе работника на новом месте, оно должно всегда помнить, что организация - это общественная система, а каждый работник - это личность. Сегодня перед специалистами сферы обслуживания стоит необходимость активно использовать знания, наработанные в различных областях науки (в первую очередь – психологии), для повышения способности к эффективному взаимодействию, как между собой, так и с потребителями. Для поддержания конкурентоспособности специалистов сферы обслуживания должен обладать высоким уровнем развития коммуникативных способностей.

Литература

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. 301 с.
2. Спивак В.А. Управление персоналом для менеджеров: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2011. 624 с.
3. Щербаков В.В. Современные формы экстремального туризма М.: Бизнес-план № 10. 2009. 263 с.
4. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве: учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 191 с.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Ж.Е. Макажанова,
научный руководитель Е.А. Абенова
Казахстан, г. Алматы,

Новый экономический университет им. Т. Рыскулова

Сегодня туризм играет важную роль в экономике стран. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) каждое 7 рабочее место в мире создается туризмом. Для 38% стран туризм является главным источником дохода, а для 83% – одним из 5 основных источников (рисунок 1).

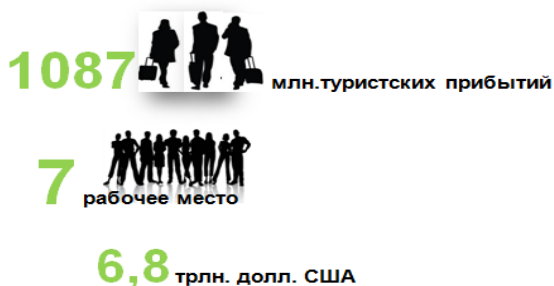


Рисунок 1 – Развитие туризма в мире