Федеральное агентство по образованию РФ

ГОУ ВПО «Шадринский государственный педагогический институт»

Кафедра социальной педагогики и социальной работы

В.А. Сапожникова

**Методы оценки персонала при подборе кадров**

**для туристского гостинично-ресторанного комплекса**

Курсовая работа по дисциплине

«Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме»

Шадринск 2008

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение

1. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме

1.1. Специфика деятельности туристского гостинично-ресторанного комплекса

1.2. Методы оценки персонала

2. Отбор персонала для туристского гостинично-ресторанного комплекса

2.1. Методы отбора персонала для туристского гостинично-ресторанного комплекса

2.2. Исследование осведомленности населения города Шадринска о ТГР-комплексе

Заключение

Литература

**ВВЕДЕНИЕ**

Создание производства всегда связано с людьми, которые работают на предприятии. Правильные принципы организации производства, оптимальные системы и процедуры играют, конечно же, важную роль, но реализация всех возможностей, заложенных в новых методах управления, зависит уже от конкретных людей, от их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотивации и т.д.

В большинстве компаний отделы кадров или службы управления человеческими ресурсами больше привыкли заниматься планированием численности работников предприятия. Их главная задача – добиться, чтобы на предприятии было столько работников, сколько должно быть в соответствии со штатным расписанием.

Но сегодня отделам кадров важно уже добиваться не просто своевременного заполнения вакансий, чтобы поддерживать на должном уровне объем производства. Система работы с кадрами должна быть спланирована таким образом, чтобы добиваться постоянного увеличения в составе кадров предприятия тех людей, кто обладает хорошими знаниями, квалификацией, физическими данными, и следить за тем, чтобы таких работников было все больше в каждом подразделении.

В итоге может быть разработана согласованная кадровая политика, включающая системы набора, подготовки, совершенствования и оплаты кадров, а также политика отношений между администрацией и работником.

Даже если организация способна привлекать новых работников, имеется много трудностей на пути подбора правильного человека на определенную работу. Некоторые думают, что они могут сразу же оценить других. На самом же деле это является разновидностью избитого предвзятого мнения. Другие не уделяют этой трудной задаче достаточно времени или полагаются на один источник информации, обычно это собеседование. Однако существует большое количество методов оценки персонала, которые необходимо применять при отборе кандидатов. Многоступенчатый отбор дает больше гарантий в профессионализме и надежности будущего работника.

Целью данного исследования является выявление методов оценки персонала при подборе кадров для туристского гостинично-ресторанного комплекса.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучение специфики деятельности туристского гостинично-ресторанного комплекса

2. Изучение методов оценки персонала

3. Проведение исследования среди населения города Шадринска на предмет осведомленности о ТГР-комплексе.

Объект исследования – методы оценки персонала.

Предмет исследования – методы оценки персонала при подборе кадров для туристского гостинично-ресторанного комплекса.

При написании данной работы были использованы такие методы как анализ научной литературы, работа с документами, анкетирование.

Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы, который содержит 8 источников.

**1. МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ**

**1.1 Специфика деятельности туристского гостинично-ресторанного комплекса**

Туристский гостинично-ресторанный комплекс (ТГР-комплекс) – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых (комплексообразующими) в равной степени являются услуги размещения и питания, а так же дополнительные услуги.

Содержание услуги размещения состоит в том, что, во-первых, в пользование предоставляется специальное помещение (гостиничные номера), во-вторых, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т. д. Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей.

Услуги по предоставлению гостям питания состоят изкомбинации различных процессов: производственного (приготовление блюд на кухне), торгового (продажа готовых к употреблению продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков), сервисного (обслуживание гостей официантами и ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах) /1/.

Для ТГР-комплексов характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг:

магазины (сувенирный, продуктовый), торговые автоматы;

инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);

экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;

организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты и т.д.;

транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);

покупка и доставка цветов;

продажа сувениров, открыток и другой печатной продукции;

бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви; ремонт и глажение одежды; услуги химчистки и прачечной; хранение вещей и ценностей; разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер; прокат предметов культурно-бытового назначения – телевизоры, посуда, спортивный инвентарь и пр.; ремонт часов, бытовой техники, радиоаппаратуры; услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов и другие бытовые услуги);

услуги салона красоты;

сауна, баня, бассейны, тренажёрный зал;

аренда залов переговоров, конференц-зала;

услуги бизнес-центра;

другие услуги.

Сервис строится не только по принципу спроса (что хочет гость), но и по принципу предложения (гостиница предлагает новые услуги, которые может оказать, а гость выбирает). Но услуги не навязываются, исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обусловливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг /2/.

Предприятия, оказывающие услуги, должны размещаться в доступном месте (чаще всего на первом этаже комплекса). В вестибюле, на этажах, в номерах должна быть информация о том, как и где получить услуги, часы работы должны быть удобными для гостей.

Оказывая какие-либо услуги, персонал должен проявлять такт и корректность. При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Поэтому во многих туристских комплексах проживающих при отъезде просят заполнить небольшие анкеты, которые сдаются вместе с ключами в службу приёма и размещения, а затем их изучают в службе рекламы и маркетинга.

Существует сезонный характер спроса на услуги ТГР-комплекса. Для рынка гостиничных услуг характерно колебание спроса в зависимости от времени года (большинство туристов отдыхают в летние месяцы), а также дней недели (деловые туристы размещаются в гостинице в будни), что в значительной степени влияет на загрузку комплекса.

В структуре управления гостинично-ресторанным комплексом выделяются следующие элементы: звенья (отделы), уровни (ступени) управления и связи — горизонтальные и вертикальные.

К звеньям управления относятся структурные подразделения, а также отдельные специалисты, выполняющие cooтветствующие функции управления либо их часть (например, менеджеры, осуществляющие регулирование и координацию деятельности нескольких структурных подразделений).

В основе образования звена управления лежит выполнение отделом определенной функции управления. Устанавливающиеся между отделами связи имеют горизонтальный характер.

Под уровнем управления понимают совокупность звеньев управления, занимающих определенную ступень в сиcтеме управления гостиницей. Ступени управления находятся в вертикальной зависимости и подчиняются друг другу, менеджеры более высокой ступени управления принимают решения, которые конкретизируются и доводятся до нижестоящих звеньев.

Высший уровень управления предприятием представлен владельцем ТГР-комплекса или генеральным ректором, которые принимают общие решения стратегического характера. При этом владельцем может быть частное лицо или целая корпорация.

К наиболее распространенным в международной практике формам управления предприятиями гостеприимства относятся:

- управление по контракту;

- управление через договор франчайзинга;

- аренда.

В индустрии гостеприимства также получили распространение и другие организационные формы управления (акционерные общества (АО), совместные предприятия (СП), синдикаты, консорциумы и т. д.), отличающиеся содержанием и пропорциями функций, структурой и степенью централизации управления /1/.

Таким образом, ТГР-комплекс предоставляет одновременно услуги размещения, питания и развлекательные, что несомненно очень удобно и комфортно для потребителя. При этом список дополнительных услуг всегда внушителен, что является характерной чертой комплекса.

**1.2. Методы оценки персонала**

Даже если организация способна привлекать новых служащих, имеется много трудностей на пути подбора правильного человека на определенную работу. Некоторые люди думают, что они могут сразу же оценить других: "Я мог бы сказать, что он собой представляет, как только увидел его". На самом деле это является разновидностью избитого предвзятого мнения. Другие не уделяют этой трудной задаче достаточно времени или полагаются только на один источник информации, обычно это собеседование. Однако оно не может предоставить им все необходимые сведения, даже если они хорошо владеют навыками проведения такого рода мероприятий /3/.

В зависимости от статуса вакантной должности на предприятии, помимо «чистого профессионализма», стараются оценить три вида поведения кандидата: выразительность поведения (мимика, жесты, манера разговора); рабочее поведение (организаторские способности, умение вести переговоры, способность к руководству); социальное поведение (коммуникабельность, способность включиться в рабочую группу, умение приспосабливаться).

Для осуществления этой процедуры многие работодатели используют ступенчатую систему отбора, проводя один или два предварительных и затем – окончательный, применяя при этом различные методы – от аналитических до медико-психологических. Руководствуясь собственными соображениями об отборе, каждое предприятие использует либо полный набор отборочных методов (классическая схема – рисунок 1), либо некоторые из них.

Отбор персонала

Анализ и оценка заявительных документов

Тестирование

Собеседование

Групповая дискуссия(оценочный центр)

Графологическая экспертиза

Анализ заявления

Анализ биографии

Анализ свидетельства

Проверка рекомендаций

Анализ фотографии

Анализ и проверка анкет

Анализ трудовых испытаний

Тест производительности

Тест на интеллект

Личностный тест

Анализ выразительности поведения

Анализ рабочего поведения

Анализ социального поведения

Анализ выразительности поведения

Анализ рабочего поведения

Анализ социального поведения

Анализ личностного портрета

Анализ рабочего портрета

Анализ рабочих помех

**Рис.1**. Типичные методы отбора персонала

В соответствии с выбранными методами отбора предприятие чаще всего начинает знакомиться с кандидатами «заочно» – через изучение присланных ими заявительных документов /4/.

Классический пакет заявительных документов включает:

1. Заявление. Из заявления обычно становятся известными первые сведения, его польза будет зависеть от того, как оно составлено. Формы заявлений дают работникам отдела кадров информацию, которая, по их мнению, необходима и позволяет сравнивать детали, относящиеся к претендентам. Формы заявлений должны быть тщательно составлены, чтобы не исключать мнения претендентов, их чувства, ожидания и амбиции, если это будет иметь значение для будущей работы. Иногда заявление-письмо более полезно, чем форма, если, например, вы хотите проверить способность претендента к письменному выражению мыслей. Если же важен голос, то предпочтительнее, чтобы претендент больше разговаривал по телефону, чем писал (по крайней мере вначале), для выяснения того, какое влияние он может оказывать на других, разговаривая по телефону. Иными словами, заявление следует составлять таким образом, чтобы оно могло предоставить самую полезную информацию о претенденте /5/.

2. Автобиографию. Наиболее пригодный документ для достаточно быстрого обзора профессионального и личностного развития и становления кандидата. При интенсивном изучении она может быть «сокровищницей» для выводов, которые в соединении со свидетельствами и позже – с собеседованием существенно облегчает оценку нанимаемого. В биографии анализируется: хронологический порядок, занимаемые должности, фирмы и отрасли, непрерывность профессиональной деятельности.

3. Свидетельства. Включая в перечень пакета бумаг для найма свидетельства, службы персонала подразумевают под ними и ожидают от кандидата представления двух видов документов: 1) образовательных свидетельств; 2) трудовых свидетельств. Свидетельства об образовании включают все виды документов (аттестаты, сертификаты, дипломы и т.д.), удостоверяющие об окончании нанимаемым учебного заведения и степени успеваемости. В отличии от образовательных, трудовые свидетельства должны дать информацию о занятости кандидата на других предприятиях. Право на их выдачу имеет работодатель и возникает оно вместе с приказом об увольнении сотрудника, иногда раньше. Существует два вида трудовых свидетельств: простое и квалификационное. Простое свидетельство должно содержать информацию о личности работника, виде и продолжительности его занятости, основания прекращения трудовых отношений. Квалификационное превосходит простое глубиной служебного написания и содержит дополнительную оценку достижений работника и удовлетворенности его трудом со стороны руководства.

4. Анкеты. Являются обязательным при отборе персонала на рабочие места. История применения анкет позволяет выделить анкетирование, с одной стороны, как традиционный метод диагностики пригодности кандидата, а с другой – как новый диагностический метод. Традиционными выступают персональные анкеты, относительно новаторскими – автобиографические. Общее название «персональные» – объединяет несколько видов анкет, традиционно используемых предприятиями для отбора кандидатов. Одни из них содержат небольшой спектр вопросов, выявляющих в основном семейно-личностный и профессиональный статус претендента. Другие ставят перед ним до двухсот вопросов, на которые нужно ответить «да», «нет» или «не уверен». В основе второго вида анкетирования лежит форма самооценки. По заполненной анкете эксперт может определить, имеет ли, например, личность склонность к конкретному или абстрактному мышлению, к спонтанности или самоконтролю. Часто такие анкеты относят к разновидности тестов и поэтому ее действенность анализируют совместно с методами тестирования при найме.

5. Рекомендательные письма и отзывы. Отрицательной стороной письменных рекомендаций является то, что пристрастия, мотивы и уровень требований арбитра (того, кто их пишет) неизвестны, но как рекомендации, так и отзывы могут быть дополнены или заменены разговором по телефону, который, возможно, может быть более полезным.

6. Фотографии. Анализ фотографии эффективен и целесообразен в том случае, если вакантная должность есть в прямом смысле «визитная карточка» предприятия и потенциальный сотрудник будет работать с клиентами, осуществлять презентацию продукции, рекламу услуг, иметь профессиональные связи с общественностью.

7. Медицинское заключение. Наравне с умственными успехами претендента, для работодателя не менее важным является установление его физической пригодности, поэтому кандидат должен пройти профессиональную медицинскую экспертизу.

8. Заключение графологической экспертизы. При найме на ряд предприятий кандидату необходимо вместе с другими заявительными документами предъявить написанную от руки биографию или во время собеседования изложить на бумаге соображения по какой-либо теме для последующего проведения по оригиналу графологической экспертизы. Возможность данной экспертизы распространяется на сферу следующих оценочных критериев: личностный портрет кандидата, рабочий портрет и рабочие помехи /4/.

9. Тесты. Существует несколько типов тестов:

- Тесты на определение способностей. Один из самых известных в этой группе тест на определение интеллекта, при помощи которого пытаются оценить общую способность мыслить, выражать мысли вслух, оперировать цифрами и ориентироваться в пространственных отношениях. Другие тесты предназначаются для определения технических способностей и умений что-то делать вручную, а также творческих способностей, умения писать орфографически правильно, логично рассуждать и т.д. Эти тесты должны составляться профессионально. В настоящее время ряд организаций предоставляют услуги по тестированию. Они либо предлагают обучить персонал составлению и применению стандартизированных тестов, либо сами разрабатывают тесты, специально предназначенные для определенных целей.

- Квалификационные тесты. Они разрабатываются для тестирования уже приобретенных навыков. В основном они используются для проведения собеседований с секретарями, чтобы проверить скорость стенографирования и умение печатать на машинке. Но их можно использовать и на других уровнях. Краткий письменный отзыв руководителя, анализ бухгалтером данных о затратах, проведение краткого урока преподавателем могут выявить наличие конкретной способности. Если необходимо, претендентам можно дать время подготовиться или можно попросить их принести образцы уже выполненных работ.

- Тесты на проверку личных качеств. Традиционно к этим тестам относились с подозрением, но сейчас они приобретают все большее значение. Многие консультанты и крупные организации используют эти тесты для характеристики личности, особенно при отборе кандидатов для управленческой работы. Эти тесты страдают от недостатка – трудно точно выявить отличительные черты личности из ответов на анкету. Есть еще одна проблема, заключающаяся в определении сочетания личностных черт, которое может привести к наиболее успешной работе на данной должности. В континентальной Европе графология рассматривается как полезный источник предоставления сведений о личностных качествах. Но в Соединенном Королевстве она широко не используется.

- Тест для отбора группы. Групповой выбор полезен при оценке определенных свойств, которые трудно определить на индивидуальной основе. Особые аспекты личности, имеющие значение для работы (например, способность справляться с напряжением или неопределенностью , способность руководить), или способность работать эффективно в качестве члена команды. Основной принцип заключается в том, что группе дается задание с нечеткими или точными инструкциями в зависимости от цели, наблюдатели же оценивают индивидуальную работу каждого. Возможно, этот подход имеет определенную достоверность, хотя и неясно, какая связь существует между поведением в условиях тестирования и поведением в реальной жизни. Как и любой метод отбора, он сам но себе недостаточен и должен разрабатываться и использоваться также, как и любой тест (т.е. четкая цель, стандартизация, стандартные условия использования) /6/.

Итак, оценка и отбор персонала должен осуществляться в несколько этапов, среди которых чаще всего выделяют:

- собеседование

- анализ и оценка заявительных документов

- тестирование

- графологическую экспертизу

В совокупности результаты всех методов дают достаточно полную и исчерпывающую информацию о кандидате на вакантное место.

В данной главе мы рассмотрели специфику деятельности ТГР-комплекса, выяснив особенности работы комплекса, предоставляемые услуги, формы управления предприятием. Так же мы разобрали методы оценки персонала. Узнали по каким видам поведения оцениваются кандидаты, какие существуют методы отбора персонала и какие документы входят в пакет заявительных документов. Очень важным этапом в начале и развитии деятельности является подбор и расстановка кадров, поэтому необходимо, чтобы этим занимались тщательно, проводя многоступенчатую оценку кандидатов на вакантное место.

**2. ОТБОР ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ТГР-КОМПЛЕКСА**

**2.1 Методы отбора персонала для ТГР-комплекса**

Отбор персонала – это процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности и выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации, специальности, личных качеств и способностей характеру деятельности, интересам организации и его самого /5/.

Процесс отбора персонала для ТГР-комплекса является многоступенчатым. На каждой ступени отсеивается часть заявителей или же они сами отказываются от процедуры. Естественно, что большинство предприятий используют не все ступени – все зависит от характера вакансии.

Ступень 1. Предварительная отборочная беседа. Работа на этой ступени может быть организована различными способами. Чаще всего с кандидатом беседует специалист отдела кадров. При этом применяются общие правила беседы, направленные на выяснение образования претендента, оценку его внешнего вида и определяющих личных качеств.

Ступень 2. Заявление бланка анкеты и автобиографической анкеты.  
Количество пунктов анкеты должно быть минимальным и они должны запрашивать информацию, более всего влияющую на производительность будущей работы претендента. Чтобы использовать анкету как метод отбора, специалист по кадрам должен сравнить каждый пункт анкеты с установленными критериями результативного отбора.

Ступень 3. Беседа по найму. Цель беседы по найму – рассмотрение заявителя на предмет принятия на работу. Происходит обмен информацией в форме вопросов и ответов. Лучше всего заранее подготовить список вопросов, в дальнейшем можно от списка отклоняться, а можно идти строго по списку.

Ступень 4. Тесты по найму. Это один из тех методов, которые облегчают принятие решения по отбору. Тест – средство, которое измеряет какой-либо показатель человека. Психологи и специалисты по персоналу разрабатывают эти тесты на предмет оценки наличия способностей или склада ума, необходимых для результативного выполнения заданий на предлагаемом месте, в данном случае на вакантном месте в ТГР-комплексе. Обычно проводят тесты на психомоторные способности, тесты личных качеств и т.д.

Ступень 5. Проверка отзывов и рекомендаций. При подаче заявлений о приеме на работу кандидаты могут предоставить отзывы предыдущих начальников и другие аналогичные документы. Их желательно проверить. Это может стать одним из наиболее объективных типов информации для предсказания будущего поведения заявителя на рабочем месте.

Ступень 6. Медицинский осмотр. Медицинское заключение о здоровье кандидата очень важно, так как персоналу в сервисе приходится непосредственно контактировать с клиентами /7/.

При отборе кадров руководствуются следующими принципами:

• ориентация на сильные, а не на слабые стороны человека и поиск не идеальных кандидатов, которых в природе не существует, а наиболее подходящих для данной должности.

• ориентация на наиболее квалифицированные кадры, но не более высокой квалификации, чем это требует рабочее место.

Основными критериями отбора персонала для гостинично-ресторанного комплекса считаются: образование, опыт, деловые качества, профессионализм, физические характеристики, тип личности кандидата, его потенциальные возможности.

Учитывая направления и разносторонность деятельности ТГР-комплекса, при отборе персонала для производственных структур акцент делают на образование, опыт, профессионализм, физические данные; а для сферы сервиса – на образование, опыт, профессионализм, внешние данные, тип личности кандидата. Очень важны в данном случае внешние данные, тип личности и психические особенности, так как работник сферы услуг в ТГР-комплексе – «визитная карточка» организации, ему приходится постоянно контактировать с людьми, находить к ним определенный подход /8/.

Существует совокупность требований, предъявляемых к личности, деловым и профессиональным качествам сотрудника. К ним относятся:

- требования к способностям (психомоторным, экономическим, техническим и прочим);

- чертам характера (принципиальности, уступчивости, оптимизму, настойчивости);

- психическим характеристикам (эмоциональности, возбудимости, темпераменту, внимательности, воображению);

- знаниям, умениям, навыкам, квалификации.

Для руководителей дополнительно - требования к способности принимать оперативные и нестандартные решения, быстро оценивать обстановку, делать правильные выводы, добиваться поставленных целей.

В деле организации отбора претендентов часто допускаются следующие ошибки:

- недостаток системности в организации отбора;

- отсутствие надежного перечня требуемых от претендента качеств;

- ложная интерпретация внешности кандидата и его ответов на поставленные вопросы, умения красиво говорить;

- ориентация на формальные заслуги;

- суждение о человеке по одному из качеств;

- нетерпимость к негативным чертам, которые есть у всех; излишнее доверие к тестам; неточный учет отрицательной информации /4/.

Основными правилами окончательного отбора претендентов являются:

- выбор наиболее подходящих для организации работников, с учетом специфики вакантной должности;

- обеспечение превышения ожидаемого эффекта над затратами;

- сохранение стабильности персонала и одновременно приток новых людей;

- улучшение морально- психологического климата /7/.

Таким образом, при подборе кадров для ТГР-комплекса, менеджер должен использовать общепринятые методы отбора персонала (собеседование, тестирование, оценка заявительных документов и т.д.) с учетом специфики вакантной должности. Сначала менеджер должен сформулировать для себя критерии, по которым он будет оценивать претендентов, составить образ будущего работника, а на основе этого начинать отбор. В данном случае достаточно внимания должно уделяться внешнему виду и типу личности кандидата.

**2.2 Исследование осведомленности населения города Шадринска о ТГР - комплексе**

С развитием общества люди стали чаще путешествовать, при этом у них появились определенные требования к сфере обслуживания. В связи с этим совершенствуется не только сервис, но и сами организации, принимающие и размещающие туристов. Сравнительно недавно появился ТГР-комплекс, который, несомненно, удобнее простых гостиниц. Но если все давно знают о существовании и деятельности гостиниц, то в отношении гостинично-ресторанного комплекса иногда возникает вопрос «Что это?». Поэтому я решила провести исследование среди населения города Шадринска с целью выяснения осведомленности о ТГР-комплексе.

Исследование проводилось методом анкетирования.

В соответствии с целью задачами исследования являются:

1. Разработка анкеты.

2. Проведение анкетирования.

3. Обработка и анализ результатов.

Анкетирование проводилось среди населения города Шадринска разных возрастных групп и социального статуса по средствам данной анкеты. Было опрошено 25 человек.

Анкета

Осведомленность о туристском гостинично-ресторанном комплексе (ТГР-комплексе)

Дорогой друг, искренне прошу Вас ответить на вопросы, выбрав один из вариантов ответа или предложив свой.

1. Вы часто путешествуете, посещаете другие города, страны?

2 -3 раза в год

Не чаще одного раза в год

Никогда

2. Путешествуя, Вы останавливаетесь…

У родственников, друзей, знакомых

В гостинице

Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Знаете ли вы что такое туристский гостинично-ресторанный комплекс (ТГР-комплекс)?

Да

Нет

4. Вы посещали ТГР- комплекс?

Да

Нет

5. Вас удовлетворили уровень обслуживания и качество услуг комплекса?

Не посещал (а)

Да

Нет

Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. По вашему мнению, существуют отличия в деятельности гостиниц и ТГР-комплекса?

Да

Нет

Не знаю

Благодарю Вас за оказанное внимание и за ответы на вопросы анкеты.

На вопрос «Вы часто путешествуете, посещаете другие города, страны?» 8% ответили – часто, 12% - никогда, 80% - редко.(рис.2)



**Рис.2**. Вы часто путешествуете, посещаете другие города, страны?

При этом, путешествуя, 68% опрошенных останавливаются у родственников, друзей, знакомых, только 25% в гостинице, а 13% выбрали вариант «Другое» (снимали жилье и др.). (рис. 3)



**Рис.3**. Путешествуя, Вы останавливаетесь

На вопрос «Знаете ли Вы, что такое туристский гостинично-ресторанный комплекс», 68% опрошенных ответили – да, 32% - нет.(рис.4)



**Рис.4**. Знаете ли Вы, что такое туристский гостинично-ресторанный комплекс?

ТГР-комплекс посещали лишь 20% принимавших участие в анкетировании, 80% не посещали.(рис.5)



**Рис.5**. Вы посещали ТГР-комплекс?

При этом 18% опрошенных удовлетворили уровень обслуживания и качество услуг комплекса, 2% выбрали вариант «Другое» (не всегда), 80% его не посещали.(рис.6)



**Рис.6**. Вас удовлетворили уровень обслуживания и качество услуг комплекса?

76% опрошенных ответили утвердительно на вопрос»По вашему мнению, существуют отличия в деятельности гостиниц и ТГР-комплекса», 24% затруднились с ответом.(рис.7)



**Рис.7**. По вашему мнению, существуют отличия в деятельности гостиниц и ТГР-комплекса?

Исходя из исследования, видно что уровень осведомленности населения города Шадринска о ТГР-комплексе низкий, а случаи его посещения вообще единичны.

В этой главе мы рассмотрели методы отбора персонал для ТГР- комплекса, выяснив что менеджер должен руководствоваться общепринятыми методами оценки персонала с учетом специфики должности или работы предприятия. Так при оценке претендента на рабочее место в сфере услуг, помимо образования и опыта, нужно обратить внимание на внешние данные и тип личности человека. Если это не сделает менеджер при приеме на работу, то это сделают клиенты. Так же мы провели исследование осведомленности населения города Шадринска о ТГР-комплексе, которое показало нам что, хотя процент путешествующих людей довольно высок, немногие из них знают что такое туристский гостинично-ресторанный комплекс, а посещали их вообще небольшое количество из опрошенных.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В нашей работе мы выявили методы оценки персонала при подборе кадров для туристского гостинично-ресторанного комплекса.

Вначале нашей работы мы рассмотрели специфику деятельности ТГР-комплекса. Главное отличие гостинично-ресторанного комплекса от простой гостиницы в том, что в комплексе одинаково важными являются услуги размещения, питания и развлечения клиентов. Это очень удобно и комфортно для потребителя, так как все необходимое для удовлетворения человеческих потребностей сосредоточено в одном месте. Особенностью ТГР-комплекса является наличие огромного перечня дополнительных услуг. В связи с такой разнонаправленностью деятельности комплекс предоставляет большое количество рабочих мест. При этом очень важно, чтобы сотрудники были профессионально подготовлены и компетентны в области своих обязанностей, ведь от этого зависит приедет ли клиент повторно в гостинично-ресторанный комплекс или не приедет. Подбором персонала должен заниматься менеджер организации. Необходимо понимать, что правильный отбор кандидатов проходит в несколько этапов, а не просто проводится собеседование, как очень часто это бывает. Для начала менеджер должен разработать критерии, по которым он будет оценивать кандидатов, и только затем приступать к отбору. Обычно кандидаты на вакантную должность проходят следующие этапы: собеседование, анализ и оценка заявительных документов (заявление, автобиография, свидетельства, анкета, рекомендательные письма и отзывы, фотография, медицинское заключение, заключение графологической экспертизы), тестирование, графологическую экспертизу. Совокупные данные результатов всех этапов дают наиболее полную и точную информацию о претенденте на должность, чем просто собеседование. Методы оценки персонала при подборе кадров для ТГР-комплекса остаются, как и в любом другом случае, такими же, только учитывается специфика вакантной должности. В данном случае очень важно уделить внимание помимо образования, опыта и профессионализма внешнему виду кандидата, так как работник сферы услуг – «визитная карточка» организации, а так же его типу личности и психическому состоянию, ведь в сервисе происходит непосредственное тесное общение с потребителями.

На последнем этапе нашей работы было проведено исследование осведомленности населения города Шадринска о туристском гостинично-ресторанном комплексе. В исследовании, которое проходило в форме анкетирования, приняло участие 25 человек разных возрастных групп и социальных статусов. Анализ результатов данной исследовательской работы показал, что уровень осведомленности населения города Шадринска о ТГР-комплексе низок и не достигает даже 50%. Тем самым открывается огромное «поле деятельности» для менеджеров, рекламных и PR-специалистов.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Богдалин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: ТГР- и развлекательные комплексы / В.В. Богдалин-Малых. – М; Воронеж: МарТ, 2004.

2. http://www.bestreferat.com.

3. <http://www.5ballov.ru>

4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация / А.Я. Кибанов. – М: Экзамен, 2003.

5 Володина Н., Иванова С. и др. Оценка персонала: методическое пособие «Оценка персонала» / авт.-сост. Н. Володина, С. Иванова и др. – М: ЗАО «МЦФЭР», 2005.

6. . .

7. Управление персоналом: Учебник. 2-е издание / Под ред. Базарова Т.Ю. / М: ЮНИТИ, 2005.

8. http://www.neuch.ru.