

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей дипломной работы - **«Производственный этикет как средство управления персоналом парикмахерской, и фактор повышения устойчивости организации в конкурентной среде».**

Слайд 2

Актуальность темы обусловлена востребованностью совершенствования производственного этикета как элемента корпоративной культуры в процессе рыночной активности парикмахерской, а также обусловлена необходимостью повышения конкурентоспособности данной организации, совершенствования форм и методов управления персоналом данной организации.

Слайд 3

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение производственного этикета как средства управления персоналом парикмахерской, так же разработать методики работы с персоналом для улучшения конкурентоспособности предприятия.

Слайд 4

В первой главе работы рассматриваются ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ аспекты Управления персоналом парикмахерской в современной индустрии моды и красоты.

Под этикой в широком смысле понимается система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни. Соответственно, этика деловых отношений выделяет одну из сфер общественной жизни.

Деловая этика – это происходящий либо до, либо после принятия решений процесс оценки решений на основе соотнесения их с моральными стандартами, присущими культуре данного общества .

Слайд 5

Эффективность функционирования предприятий, оказывающих парикмахерские услуги, во многом определяется сложившейся системой управления, способами и методами принятия управленческих решений руководителями салонов красоты, парикмахерских и так далее .

Как показывает практика, большинство руководителей салонов не знакомы с исследованиями в области методологии управления, рекомендациями ведущих специалистов по маркетингу, сбыту и продвижению на рынке товаров и парикмахерских услуг. Кроме того, у них отсутствуют навыки в организации собственного бизнеса на основе прогрессивных управленческих решений.

Комплекс мер по развитию парикмахерской в долгосрочной и в среднесрочной перспективе, а также текущая ее деятельность нуждается в обеспечении квалифицированным персоналом.

Подбор персонала представляет собой совокупность правил и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие с потребностями производства.

Руководство персоналом по содержанию гораздо шире, чем простое разрешение кадровых проблем. Оно ориентировано на определение будущих потребностей и развитие потенциала работника, а также на осознание каждым работником собственных задач, создание благоприятного трудового климата, мотивирующего персонал на достижение поставленных фирмой целей.

Слайд 6

Для достижения поставленной в начале работы цели, во второй главе работы рассматривается вопрос использования производственного этикета как фактора повышения устойчивости парикмахерской в конкурентной среде

Конкурентоспособность, то есть способность эффективно вести конкурентную борьбу, считается основной характеристикой экономического субъекта, определяющей успешность его деятельности в условиях рыночной экономики .

Факторы, влияющие на интенсивность конкуренции на рынке и степень конкурентоспособности парикмахерской, имеют различную степень предсказуемости для её руководителей. Следовательно, система управления фирмой должна обладать такими инструментами, которые позволяли бы ей успешно адаптироваться при неожиданных изменениях условий внешней среды.

Слайд 7

Анализ этикета как средства позитивного регулирования парикмахерской деятельности в конкурентной среде показал, что:

Качество услуги – это совокупность потребительских характеристик услуги, придающих ей способность удовлетворить конкретную потребность. Следовательно, уровень качества услуги – это относительная мера качества услуги, определяемая сравнением ее потребительских характеристик с потребительскими характеристиками лучшей продукции конкурентов. И оценивать конкурентоспособность услуги нужно относительно положения и характеристик услуги сильнейших конкурентов.

Под культурой сервиса понимается система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными и религиозными традициями страны, так и с современными требованиями мировых стандартов обслуживания и отражают качественное обслуживание потребителей.

Слайд 8

Сервис – это глобальное понятие. Он включает действия, которые вызовут у клиента парикмахерской желание прийти в парикмахерскую ещё раз.

Например, высокое качество обслуживания клиента на всех этапах его общения с парикмахером, сайт парикмахерской, свежая пресса и журналы в зоне ожидания, комфортное пребывание в парикмахерской, видеоролики об услугах, бесплатное такси при получении услуг на определённую сумму, оповещение о новинках в парикмахерской и специальных акциях, посуда для угощения клиента парикмахерской и прочее .

Сервис в парикмахерскую е красоты включает удобство, комфорт и положительные эмоции для клиента парикмахерской.

Маркетинг услуг предлагает поход к современному сервису как к совокупности услуг и обслуживания.

Слайд 9

Руководителю парикмахерской, как минимум, неразумно надеяться на хорошие манеры и здравый смысл сотрудников в области обслуживания клиентов. Понимание и применение хороших манер и здравого смысла сильно различаются от сотрудника к сотруднику. Если специалист парикмахерской красоты владеет технологиями оказания парикмахерских, косметологических, массажных и других услуг, это не дает гарантии, что он будет отлично взаимодействовать с клиентами, проявляя навыки сервисного поведения.

На слайде номер 9 перечислены международные стандарты сервиса общества.

Таким образом, чтобы ликвидировать антисервисные привычки сотрудников, необходима система управления сервисом . Элементами этой системы являются четкий

однозначно понимаемый Стандарт обслуживания клиентов, регулярное обучение работе по Стандарту, систематический контроль и мотивация к соблюдению Стандарта, коррекция поведения сотрудников и Стандарта в необходимых случаях.

Слайд 10

Проанализирован в работе и вопрос конфликтов в трудовом коллективе.

Специфика общественных отношений такова, что люди не могут жить, не будучи включенными в те или иные организации – самые разнообразные объединения людей, имеющие некоторую совокупность целей и задач, провозглашаемых ими публично или преследуемых негласным образом.

Одним из механизмов регуляции внутригрупповых отношений являются групповые нормы. Групповые нормы – это определенный свод законов и правил данной группы о том, что можно и чего нельзя делать «правильному» члену группы. Выполнение всеми членами принятых в группе норм обеспечивает группе структурную целостность, устойчивость функционирования и поведенческую стабильность.

Основные Стратегии поведения в конфликтных ситуациях представлены на слайде.

Слайд 11

Для достижения цели работы, в 3 главе проводится Анализ предприятия сервиса.

Салон красоты «Изум» был основан в 2014 году. Организационно-правовая форма предприятия – Общество с ограниченной ответственностью. Выбор данной организационно-правовой формы обусловлен небольшими масштабами деятельности фирмы, в том числе относительно небольшой численностью персонала.

Адрес - Рязань, Первомайский проспект, д.70/1, ТЦ Виктория Плаза.

Организационная структура организации представлена на слайде.

Слайд 12

. Основные технико-экономические показатели салона красоты за 2012-2014гг. представлены на слайде.

Из таблицы видно, что выручка увеличилась в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 25,1% и в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 21,6%.

Чистая прибыль выросла в 2013 г. по сравнению с 2012 г. на 12,40% и в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 30,01%. Такой большой рост чистой прибыли обусловлен снижением темпов прироста себестоимости реализованных услуг в 2013 году.

Слайд 13

Анализ работы персонала позволил выявить ряд проблем в этой области:

- 1.Подбор персонала
- 2.Система обучения и развития персонала
- 3.Мотивация труда
- 4 наличие внутренних конфликтов (низкая сплоченность)

Для устранения выявленной проблемы внутренних конфликтов был разработан Тренинг «Решение конфликтных ситуаций в коллективе».

Слайд 14

Характеристики тренинга:

Продолжительность: 30 минут

Ведущие

План:

- Введение
- Вступительная, разминочная игра «Ассоциации»
- Теория (Часть I)

- Игра «Я в конфликтной ситуации»
- Теория (Часть II)
- Игра «Сглаживание конфликтов»
- Игра для вывода коллектива из психологического состояния тренинга — «Подарок»

Слайд 15

В целях оценки эффективности тренинга по снижению конфликтности проведена предтренинговая и посттренинговая диагностика по методике предтренинговой диагностики «Определение индекса групповой сплочённости Сишора»

Результаты диагностики показателя групповой сплочённости до и после проведения тренинга.

Как показывают полученные данные, существуют статистически значимые различия в показателях групповой сплоченности в начале тренинга и в конце тренинга. Получается, что групповое сплочение у группы, представленной в работе выборки, значительно улучшилось к завершению тренинга.

Слайд 16

Таким образом, Цель работы - рассмотрение производственного этикета как средства управления персоналом парикмахерской, так же разработать методики работы с персоналом для улучшения конкурентоспособности предприятия – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.