

услугам, а следовательно, и к укреплению позиций компании на рынке и достижению высоких конкурентных и финансовых показателей благодаря массовому потреблению ее услуг.

Список источников:

1. Егорова М.С., Чан Т.Х. Методы, факторы, стратегии и принципы ценообразования в туризме // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 642-644.
2. Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
3. Шмарков М.С. Повышение конкурентоспособности туристских организаций и методы адаптации их деятельности к изменяющимся рыночным условиям в регионе: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2013. – 149 с.
4. Шмарков М.С. Роль инноваций в развитии туристского бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №3 (21). – С. 84-87.
5. Шмарков М.С., Гудименко Г.В. Современные средства повышения конкурентоспособности туристской организации на региональном рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №3 (25). – С. 74-77.
6. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Анализ основ формирования инновационного подхода к построению партнерских отношений с потребителями туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №1 (7). – С. 11-14.
7. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Анализ эволюции сезонных колебаний характеристик деятельности туристских фирм и прогнозирование их развития // Вестник Белорусско-Российского университета. – 2012. – №4 (37). – С. 144-154.
8. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблемы развития современного рынка туризма и аспекты деятельности компаний // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 305-309.
9. Шмаркова Л.И. Социальная ответственность туристского бизнеса / Л.И. Шмаркова и др. // Стратегия развития учетно-аналитических и контрольных систем в механизме управления современными бизнес-процессами коммерческих организаций: международный экономический форум «Бакановские чтения». – Орел: Картуш, 2014. – С. 337-343.

УДК 331.108.2: 005.95

Щукина А.О.

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА МЕТОДОМ «360 ГРАДУСОВ»

*Щукина Анастасия Олеговна**; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: 79192015740@yandex.ru

В статье рассматривается метод оценки персонала «360 градусов». Данный метод позволяет современным демократичным способом оценить персонал, выявить все слабые и сильные стороны любой организации. В статье представлена оценка персонала на примере розничного магазина «1000 мелочей».

Ключевые слова: «360 градусов», персонал, оценка, результат, ООО «Эксперт-Маркетинг», «1000 мелочей».

* Научный руководитель: Соболева Юлия Павловна, к.э.н., доцент; e-mail: soboleva-yp@yandex.ru

Shchukina A.O.

PERSONNEL ESTIMATION WITH THE METHOD OF “360 DEGREES”

Shchukina Anastasia Olegovna, Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: 79192015740@yandex.ru

Estimation method of the personnel “360 degrees” is considered in the article. This method allows estimating personnel in modern, democratic way, revealing all advantages and disadvantages of any organization. In the article the personnel estimation on the example of the retail shop “1000 Articles” is considered.

Keywords: “360 degrees”, personnel, estimation, result, Open Company “Expert-Marketing”, “1000 Articles”.

Оценка труда – одна из функций управления персоналом, направленная на определение уровня эффективности выполненной работы. Является составной частью деловой оценки персонала наряду с оценкой его профессионального поведения и личностных качеств. Состоит в определении соответствия результатов труда работника поставленным целям, запланированным показателям, нормативным требованиям [4].

В современных компаниях оценка персонала становится не только источником информации об уровне квалификации, но и помогает определить потенциал работника и его индивидуальные черты. Это служит основой для принятия важных организационных задач: прием/увольнение персонала, кадровые перемещения, обучение и развитие персонала, выбор метода стимулирования персонала к труду, зачисление в кадровый резерв, создание благоприятного морально-психологического климата в компании и др. [6].

В каждой компании существуют два основных вида капитала – деньги и люди. Люди помогают развиваться компании своим профессионализмом, мотивацией, нацеленностью на результат. Каждый сотрудник должен понимать, какой вклад он вносит в компанию, своей внутренней мотивацией он должен вкладываться на все 100% и не применять никаких отговорок и оправданий. Только такая нацеленность на результат поможет достигнуть желаемого результата [3].

В настоящее время существует множество форм и методов оценки персонала [7]. Распространённым и новым методом стала оценка «360 градусов». Данная оценка помогает выявить сильные и слабые стороны сотрудников и бизнеса в целом. Суть данной оценки в том, что каждый сотрудник оценивает друг друга с точки зрения компетенций, указанных в таблице (таблица 1). Работники оценивают не только друг друга, но и самих себя. Кроме того, оценку обязательно дает руководство. Так можно понять, как сотрудник выглядит в глазах коллег и подчиненных.

Оценка проводится по шкале от 20 до 1, где 20 – это на 100% соответствует сотрудник данному критерию, 1 – совсем не соответствует. В Орловской области данная оценка проводится во многих компаниях, например, в розничном магазине «1000 мелочей». Оценку в данном магазине проводила компании ООО «Эксперт-Маркетинг», которая специализируется на корпоративном обучении и оценке персонала. В оценке участвовало пять сотрудников компании. Опрос занимает в среднем от 30 до 45 минут. Всем сотрудникам рекомендуется заполнить анкету сразу же от начала до конца, не отвлекаясь. Таким образом, сотрудники смогут сэкономить время и повысить достоверность результатов. Сотрудникам транслируется мысль: «Вы можете оказать существенную помощь коллеге в понимании его сильных и слабых сторон и планировании дальнейшего развития и роста. Спасибо вам за искренние ответы!»

Таблица 1 – Пример оценки методом «360 градусов»
ФИО (полностью)

Показатель	Значение										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ВСЕ ОЦЕНКИ ОТ 1 ДО 20 (1 – ПОЛНОСТЬЮ НЕ СОГЛАСЕН, 20 – ПОЛНОСТЬЮ СОГЛАСЕН)	№	№	№	Я, №	№	№	№	№	№	№	№
На сотрудника можно полностью положиться в работе											
Сотрудник выкладывается на работе на 100%											
Сотрудник ответственен в работе на 100%											
Сотрудник профессионал своего дела на 100%											
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата											
Сотрудник имеет большой потенциал											
Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе											
Сотрудник хочет роста и развития											
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту											
Сотрудник обладает лидерскими качествами											
Сотрудник хороший организатор											

По разнице между ними видны проблемы. Выше в таблице 2 указаны конкретные цифры, как сотрудник оценил себя и как его оценили коллеги.

Таблица 2 – Оценка методом «360 градусов» – Сотрудник №1

Сотрудник №1	Личная оценка сотрудника своих качеств	Средняя оценка коллег	1	2	3	4
На сотрудника можно полностью положиться в работе	20,00	18,75	20	20	15	20
Сотрудник выкладывается на работе на 100%	20,00	16,50	18	20	10	18
Сотрудник ответственен в работе на 100%	20,00	18,50	18	20	16	20
Сотрудник профессионал своего дела на 100%	18,00	16,00	18	18	10	18
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата	20,00	18,25	20	20	13	20
Сотрудник имеет большой потенциал	18,00	18,25	20	20	15	18

Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе	20,00	19,00	20	20	18	18
Сотрудник хочет роста и развития	20,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту	20,00	19,50	20	20	18	20
Сотрудник обладает лидерскими качествами	15,00	16,50	18	17	11	20
Сотрудник хороший организатор	18,00	17,00	20	20	10	18

Ниже представлена диаграмма (рисунок 1), зеленым цветом показаны собственные оценки участника по каждому критерию (критерии прописаны в табличке). Синяя полоса показывает оценки коллег.

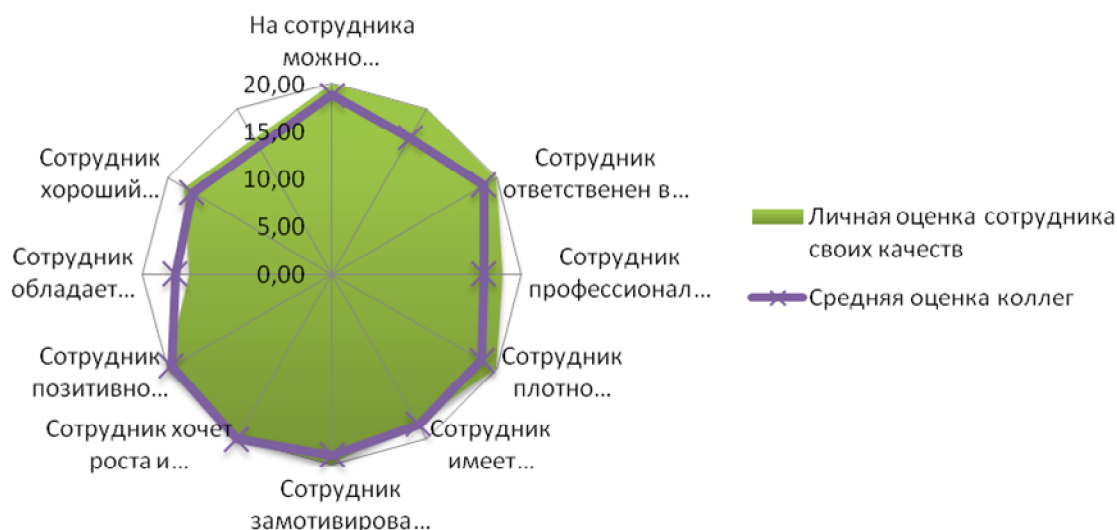


Рисунок 1 – Результат оценки методом «360 градусов» – Сотрудник №1

Исходя из результатов оценки, можно выделить следующие проблемные зоны: по личной оценке сотрудник сам показывает, что не обладает ярко выраженными лидерскими качествами. По оценке коллег можно увидеть также, что отсутствуют лидерские качества. Ниже 17 попали такие критерии, как сотрудник не полностью выкладывается на работе на 100%, сотрудник не профессионален на 100 %. Это говорит о том, что эти критерии являются точками роста данного сотрудника.

Далее мы оценили сотрудника №2 (таблица 3).

Таблица 3 – Оценка методом «360 градусов» – Сотрудник №2

Сотрудник №2	Личная оценка сотрудника своих качеств	Средняя оценка коллег	1	2	3	4
На сотрудника можно полностью положиться в работе	18,00	17,50	20	20	10	20
Сотрудник выкладывается на работе на 100%	20,00	17,00	20	20	10	18
Сотрудник ответственный в работе на 100%	20,00	17,25	20	20	10	19
Сотрудник профессионален своего дела на 100%	18,00	17,75	18	18	15	20
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата	20,00	18,75	20	20	15	20
Сотрудник имеет большой потенциал	20,00	16,50	18	18	10	20
Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе	20,00	17,00	20	18	10	20
Сотрудник хочет роста и развития	20,00	19,00	20	20	18	18
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту	20,00	17,50	20	20	10	20
Сотрудник обладает лидерскими качествами	18,00	15,00	18	18	5	19
Сотрудник хороший организатор	17,00	15,50	18	18	6	20

Сотрудник №2 – по средней оценке коллег видно, что проблемные зоны для данного сотрудника – лидерские и организаторские способности, также потенциал. Сам сотрудник оценивает себя по всем показателям высокими оценками, хотя ниже оценки у критериев лидерские и организаторские способности (рисунок 2).

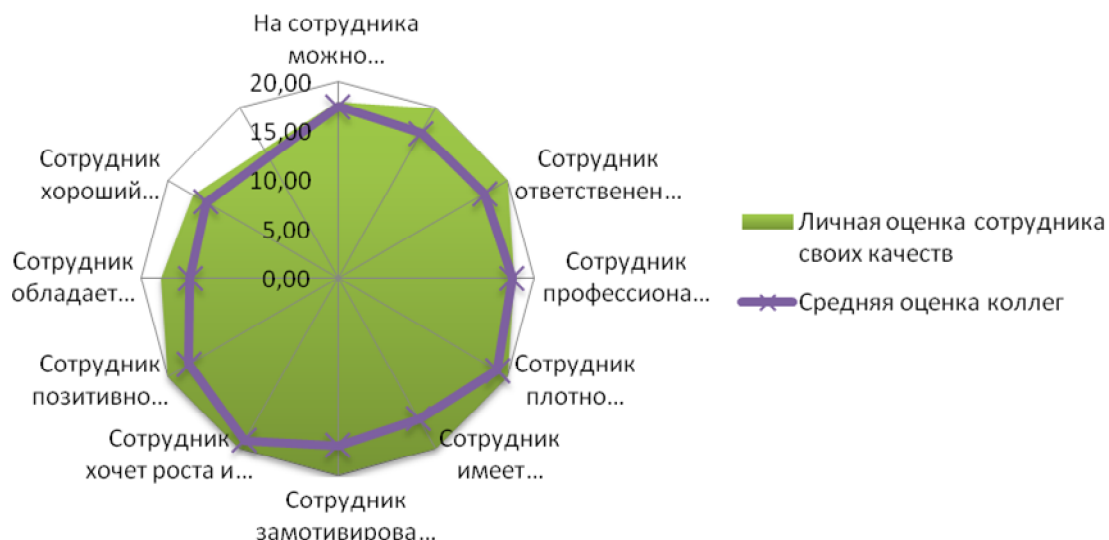


Рисунок 2 – Результат оценки методом «360 градусов» – Сотрудник №2

Результаты оценки Сотрудника №3 представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка методом «360 градусов» – Сотрудник №3

Сотрудник №3	Личная оценка сотрудника своих качеств	Средняя оценка коллег	1	2	3	4
На сотрудника можно полностью положиться в работе	20,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник выкладывается на работе на 100%	20,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник ответственен в работе на 100%	17,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник профессионал своего дела на 100%	18,00	16,00	10	18	18	18
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата	20,00	19,25	18	20	19	20
Сотрудник имеет большой потенциал	17,00	19,50	20	18	20	20
Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе	19,00	19,00	20	18	18	20
Сотрудник хочет роста и развития	18,00	19,50	20	18	20	20
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту	19,00	19,50	18	20	20	20
Сотрудник обладает лидерскими качествами	1,00	18,50	20	18	18	18
Сотрудник хороший организатор	17,00	18,50	20	18	18	18

Сотрудник №3 – по личной оценке сотрудника видно, что лидерские качества – проблемная зона. По оценке коллег – проблемная зона – сотрудник не профессионал на 100%, на что необходимо обратить внимание для развития данного сотрудника. В целом оценки ровные, расхождений мало (рисунок 3).

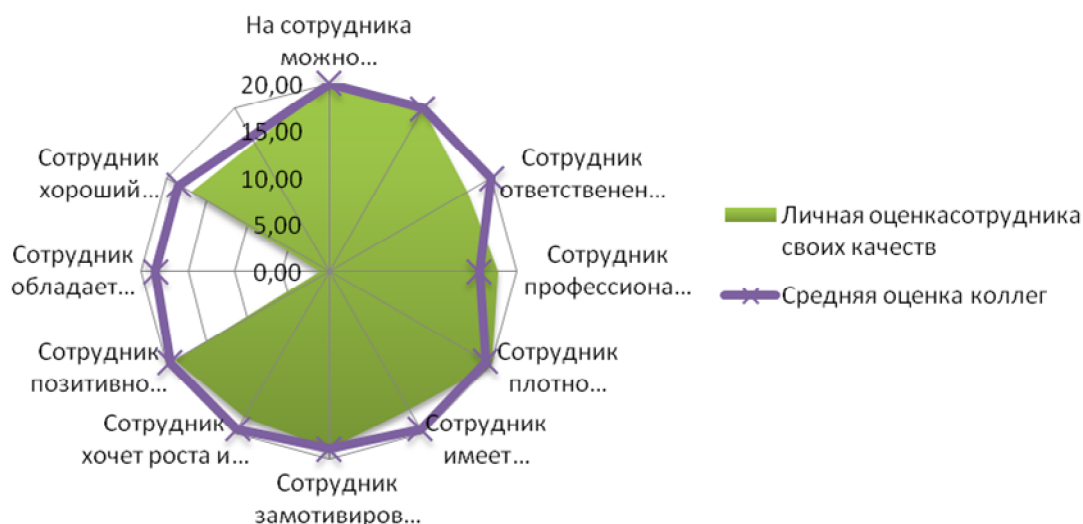


Рисунок 3 – Результат оценки методом «360 градусов» – Сотрудник №3

Результаты оценки Сотрудника №4 представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Оценка методом «360 градусов» – Сотрудник №4

Сотрудник №4	Личная оценка сотрудника своих качеств	Средняя оценка коллег	1	2	3	4
На сотрудника можно полностью положиться в работе	10,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник выкладывается на работе на 100%	15,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник ответственен в работе на 100%	10,00	19,00	20	20	18	18
Сотрудник профессионал своего дела на 100%	15,00	19,00	18	20	18	20
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата	10,00	19,50	20	20	18	20
Сотрудник имеет большой потенциал	10,00	19,25	20	20	18	19
Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе	17,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник хочет роста и развития	20,00	19,25	19	18	20	20
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту	10,00	19,50	20	20	18	20
Сотрудник обладает лидерскими качествами	5,00	18,25	17	20	18	18
Сотрудник хороший организатор	10,00	18,50	18	20	18	18

Сотрудник №4 – личная оценка занижена сильно, расхождение большое с оценкой коллег. Это может говорить о том, что у сотрудника занижена самооценка (также следует учитывать, что у каждого человека значимость оценки разная, для кого-то 10 – это много, а для кого-то мало). По оценке коллег, проблемных зон нет, оценки высокие (рисунок 4).

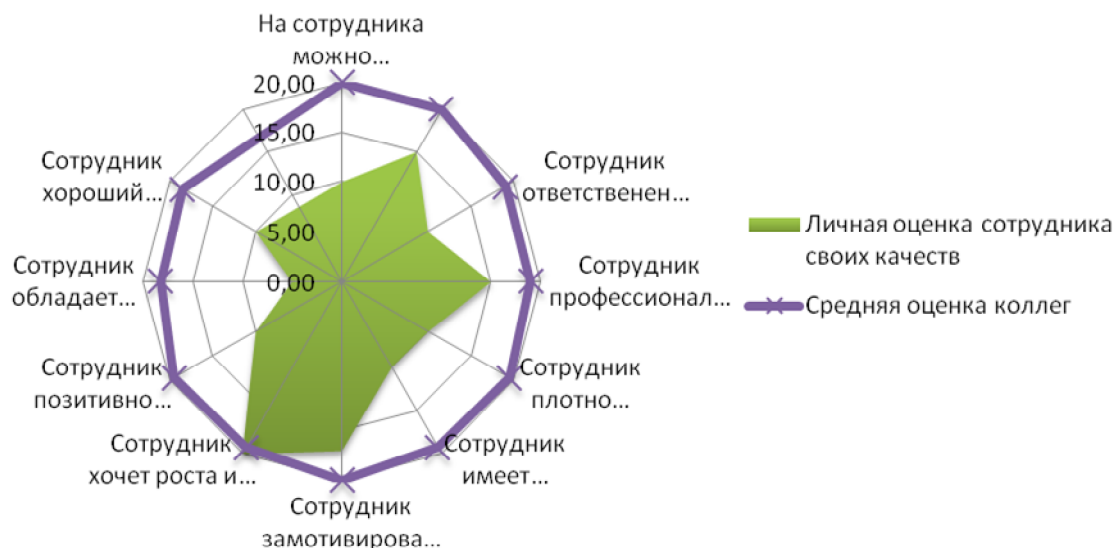


Рисунок 4 – Результат оценки методом «360 градусов» – Сотрудник №4

Результаты оценки Сотрудника №5 представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Оценка методом «360 градусов» – Сотрудник №5

Сотрудник №5	Личная оценка сотрудника своих качеств	Средняя оценка коллег	1	2	3	4
На сотрудника можно полностью положиться в работе	20,00	17,75	18	16	20	17
Сотрудник выкладывается на работе на 100%	20,00	19,50	18	20	20	20
Сотрудник ответственный в работе на 100%	20,00	19,00	20	18	20	18
Сотрудник профессионал своего дела на 100%	18,00	16,00	18	10	18	18
Сотрудник плотно взаимодействует с другими сотрудниками для достижения результата	20,00	16,75	19	10	20	18
Сотрудник имеет большой потенциал	20,00	19,00	20	18	18	20
Сотрудник замотивирован на получение высокого результата в работе	18,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник хочет роста и развития	18,00	20,00	20	20	20	20
Сотрудник позитивно относится к работе, компании и продукту	20,00	18,75	20	15	20	20
Сотрудник обладает лидерскими качествами	18,00	19,00	20	20	18	18
Сотрудник хороший организатор	18,00	19,00	20	20	18	18

Сотрудник №5 – по результатам оценки коллег, проблемными являются критерии: сотрудник не профессионал на 100% и сотрудник не взаимодействует с другими для получения результата (возможно, проблемы с коммуникациями в коллективе) (рисунок 5).

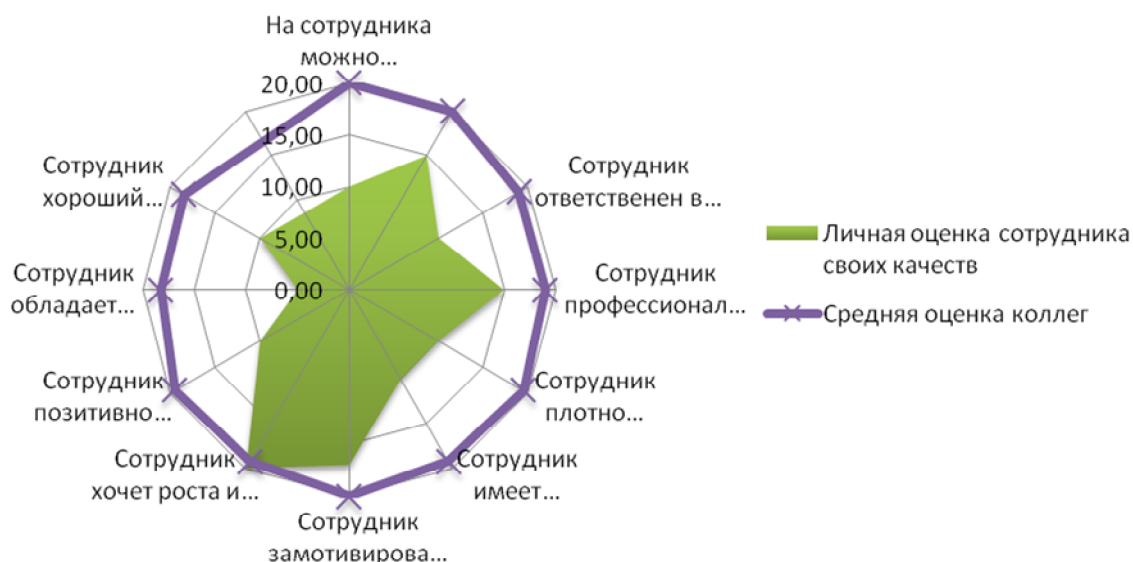


Рисунок 5 – Результат оценки методом «360 градусов» – Сотрудник №5

Таким образом, компания ООО «Эксперт-Маркетинг» рекомендует руководителю предприятия обратить внимание на любые оценки меньше 17 (проблемные зоны).

Использование метода оценки персонала «360 градусов» имеет ряд преимуществ:

- демократичность – рассматривается компетентность не только подчиненных, но и работодателя;

- поддержка доверительных отношений;
- высокая объективность результатов;
- возможность оценить компетентность с учетом стандартов предприятия;
- определить сильные и слабые стороны работников;
- корректировать поведение сотрудника [2].

Недостатками метода следующие:

- оценивается компетенция, а не достижения;
- отсутствие возможности решать кадровые вопросы;
- иногда сложно получить правдивую информацию;
- оказывает стрессовое воздействие на человека [1].

Подводя итог, важно отметить, оценка методом «360 градусов» при грамотном подходе обладает большими возможностями и может помочь в решении широкого круга задач [5]. Метод может быть полезен и при определении круга деловых контактов сотрудников, и для формирования команды исполнителей, и при распределении бонусов или премий. Но, безусловно, метод не является панацеей. Как и любой метод, оценка «360 градусов» имеет свои преимущества и недостатки. Правильное использование метода позволит получать более достоверные результаты и на их основе принимать правильные управленческие решения.

Список источников:

1. Бирли У., Козуб Т., Джонс Д. Оценка 360 градусов. Стратегии, тактики и техники для воспитания лидеров. – М.: Эксмо, 2009. – 336 с.
2. Кокорева О.О. Особенности нетрадиционных методов оценки персонала «360» и «720» градусов // Молодой ученый. – 2015. – №22. – С. 416-419.
3. Мотовилин О.Г., Мотовилина И.А. Оценка персонала в современных организациях. Ассесмент-технологии. Профессиография. – М.: Высшая школа психологии, Институт консультирования и системных решений, 2009. – 392 с.
4. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Орел: ОрелГИЭТ, 2010. – 129 с.

5. Соболева Ю.П. Методические основы управления кадровым потенциалом организации // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 6. – С. 147-152.

6. Соболева Ю.П., Германская В.П. Теоретические и практические аспекты исследования социокультурного аспекта управления персоналом организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №6 (24). – С. 92-95.

7. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 5-9.

8. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А., Карпова Т.В. К вопросу о специфике управления персоналом в сфере услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 59-63.

9. Соболева Ю.П., Шепетько В.Л. Новейшие технологии и методы подбора персонала // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: ООО «Агентство международных исследований», 2018. – С. 132-135.

УДК 338.46:640.4 (470.390)

Серегина Н.С.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ОРЛОВСКОГО РЕГИОНА

*Серегина Наталья Сергеевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: natalia-seriogina@yandex.ru

Развитие рыночных отношений обуславливает постановку новых задач гостиничной деятельности, определяет новые условия конкуренции гостиниц, требует совершенствования управления. В настоящее время, качество предоставления гостиничных услуг - ключевой фактор их потребительской привлекательности. Практика показывает, что высокую популярность приобрели гостиницы, максимально ориентированные на качество обслуживания клиентов. Исследование факторов, влияющих на качество предоставления гостиничных услуг, в настоящее время приобретает важное значение, а результаты таких исследований необходимо использовать при принятии решений, направленных на повышение качества предоставления гостиничных услуг.

Ключевые слова: гостиничные услуги, качество, показатели качества, оценка, рынок, туристская услуга.

Seregina N.S.

THE ASSESSMENT OF THE QUALITY OF HOTEL SERVICES ON THE EXAMPLE OF THE OREL REGION

Seregina Natalia Sergeevna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: natalia-seriogina@yandex.ru

The development of market relations determines the formulation of new tasks of hotel activity, defines new conditions of competition of hotels, requires improvement of management. Currently, the quality of hotel services is a key factor of their consumer appeal. Practice shows that the high popularity of the hotel, the most focused on the quality of customer service. The study of factors affecting the quality of hotel services is

* *Научный руководитель: Шмарков Михаил Сергеевич, к.э.н., доцент; e-mail: turexpert888@yandex.ru*