

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

**ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ФИРМЕННОГО МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ И ОБУВИ
ООО «АДИДАС»)**

студента (ки) 4 курса 441 группы
направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом
профиль подготовки «Управление персоналом организации»
экономического факультета

Абрамовой Ольги Валерьевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

к.э.н., доцент кафедры

менеджмента и маркетинга

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Абриталина А.С.

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Дорофеева Л.И.

инициалы, фамилия

Саратов 2018

Введение

Актуальность темы исследования прежде всего возникла в последние годы интерес к ряду проблем в научном сообществе. Экономическая глобализация привела к переосмыслению функций управления человеческими ресурсами на оперативном, а также на стратегическом уровне.

Развитие персонала будет эффективным, если оно осуществляется на основе модели корпоративного обучения, которая обеспечивает непрерывное профессиональное образование, практико-ориентированный подход к совершенствованию профессиональных знаний и навыков.

Целью данной работы является изучение системы развития персонала, которая является основой эффективной организации. Рассмотрение практических вопросов развития персонала на примере конкретной организации, филиал ООО «Адидас» в Саратовской области.

Цель работы определила необходимость решения следующих задач:

- определение понятия квалификации,
 - значение повышения квалификации для организации;
 - анализ систем повышения квалификации персонала
 - анализ методов повышения квалификации персонала в филиале ООО «Адидас» в Саратовской области.
- разработка способов совершенствования повышения квалификации персонала в филиале ООО «Адидас» в Саратовской области.

Объектом исследования работы является система обучения персонала. Предмет исследования - система анализа (методы) обучения персонала организации на примере филиала ООО «Адидас» в Саратовской области.

Выпускная квалификационная работа состоит из:

* введения;

* трёх глав:

Глава 1. Теоретические аспекты повышения квалификации персонала

Глава 2. Анализ системы обучения и повышения квалификации в ООО «Адидас»

Глава 3. Предложения по повышению квалификации персонала в ООО «Адидас»

* заключения,

* списка использованных источников.

Основное содержание работы

Первая глава: Теоретические аспекты повышения квалификации персонала

Обучение и развитие персонала может повлиять на повышение лояльности сотрудников в компании.

Профессионализм кадров – это один из главных аспектов успеха любой организации. Но, каким бы квалифицированным ни был специалист, он не может сразу же приступить к выполнению своих обязанностей и выполнять их безукоризненно – ведь в каждой организации и на каждой должности есть свои особенности, которые нельзя не учитывать. Именно поэтому такое большое значение приобретает обучение персонала на предприятии.

Обучение персонала – это обеспечение сотрудников предприятия необходимыми для работы знаниями и навыками, в соответствии с установленными стандартами в организации, подготовка работников к более сложной работе.

Возрастание роли обучения кадров объясняется следующими факторами:

1. Обучение сотрудников – средство достижения стратегических целей компании.
2. Обучение – средство повышения уровня лояльности персонала.
3. Обучение персонала – возможность проведения структурно-организационных изменений.

Существует три вида обучения персонала:

Подготовка кадров – планомерно построенное обучение и выпуск квалифицированных сотрудников для всех областей человеческой деятельности, которые владеют определенным набором специальных навыков, знаний, умений.

Повышение квалификации кадров – обучение сотрудников, с целью усовершенствования уже существующих навыков, умений, знаний и

способов коммуникаций, в связи с постоянным ростом требований к профессионализму сотрудника.

Переподготовка кадров – обучение персонала, с целью приобретения ими новых навыков, знаний, умений и способов коммуникаций, в связи с овладением новой профессией или изменением требований к существующей.

Для успешного развития компании необходимо, чтобы в коллективе были сотрудники с разной степенью выраженности стремления к воплощению своих потенциальных карьерных возможностей.

Рыночные условия требуют постоянного переобучения кадров, с учетом общественных целей, адаптации к новым социальным, экономическим и политическим условиям, а также внедрения современных технологий.

Вторая глава: Анализ системы обучения и повышения квалификации в ООО «Адидас»

Анализируемое предприятие ООО «Адидас» является частью торговой сети Корпорации ADIDAS AG.

Основными видами деятельности являются оптовая и розничная торговля спортивными товарами и экипировкой. Среди товаров, продающихся под маркой АДИДАС можно выделить:

- Одежда:
- Обувь
- Аксессуары:
- Косметика,
- Спортивное оборудование.

Коллекции Adidas делятся на спортивные и повседневные.

До 2009 года объединяла такие торговые марки, как:

- Adidas — одежда, обувь и аксессуары для лёгкой атлетики, американского футбола, тенниса, фитнеса, футбола, баскетбола, спортивной ходьбы и многого другого.

– Salomon — горные лыжи и экипировка, туризм. (после 2 полугодия 2008 г вышел из состава Adidas Ltd.)

– Mavic — бесшовные обода для велосипедов.

– Bonfire Snowboarding Company — сноуборды, экипировка.

– Arc'Teryx

– Maxfli

– В настоящее время компании Adidas принадлежат:

– Reebok — производитель-гигант, бывший конкурент Adidas.

– Rockport — классическая и повседневная обувь

– CCM — снаряжение для хоккея.

– Taylor Made Golf — снаряжение для гольфа

Цена на одежду, обувь и аксессуары колеблется от 100 до 30 0000 рублей. На косметику от 300 до 7 000 рублей. На оборудование от 500 до 150 000 рублей.

Структура ассортимента продукции компании:

Более 5000 рублей – 12,3%;

От 500 до 5000 рублей – 80,5%;

От 100 до 500 рублей – 7,2%;

Организационная структура предприятия является линейно-функциональной. Управляет предприятием директор в подчинении, которого находится бухгалтер, заместитель директора по товару, администраторы торгового зала.

Бухгалтер предприятия отвечает за составление бухгалтерской и финансовой отчетности, финансы предприятия и финансовую политику, представление интересов предприятия в государственных и негосударственных органах статистики и отчетности, кредитных организациях.

Заместителю директора по товару подчиняются администраторы и кладовщики. Так как основная цель в работе заместителя – это увеличение

продаж в магазине, из этого следует, что основными критериями оценки работы заместителя являются:

Выполнение плана магазина и различные финансовые и нефинансовые показатели, такие как средний чек в шт/деньгах, конвертация, результаты оценок отделами аудита и визуального мерчендайзинга.

Выполнение ежемесячного служебного задания.

Грамотное (по принципам мерчендайзинга) и аккуратное представление товара в торговом зале так же зависит от заместителя директора.

В период временного отсутствия директора, его обязанности возлагаются на заместителя директора по товару и администратора торгового зала.

По договору предоставления товаров для перепродажи оплата заказанных товаров осуществляется в безналичной форме. Со счета открытого в банке SWIFT переводом предприятие осуществляет перечисление средств на счет компаний-поставщиков. Наличный расчет с поставщиками товаров для перепродажи предприятия не предусмотрен. Большинство поставщиков предприятия находятся за рубежом, в таких странах как Китай, Тайвань, Малайзия и многих других. Расчет с поставщиками осуществляется в иностранной валюте, чаще всего в долларах США.

Товарно-материальные ценности предприятия образованы готовой продукцией, которая храниться у предприятия на складе и используется для перепродажи. Сумма ТМЦ предприятия составляет в 2015 году 580 000руб., в 2016 году составляет 650 000 руб., в 2017 году 680 000руб.

Сумма ТМЦ предприятия ежегодно увеличивается, это говорит о том, что предприятие придерживается политики «замораживания» средств в запасах. Для магазина розничной торговли это может быть негативной тенденцией, так как фирма Adidas ежегодно выпускает новые коллекции

одежды, а старые коллекции могут стать невостребованными у покупателей и их придется продавать по остаточной стоимости.

Методы обучения и развития в компании разрабатывает Отдел по персоналу, который находится в Центральном филиале в г. Москва.

Существует несколько основных групп методов, которые организация использует для обучения сотрудников:

1. Методы активного обучения – проведение тренингов, мастерских, ассесментов с групповыми обсуждениями и разбором практических ситуаций, проведение деловых и ролевых игр, использование программного обучения, центры оценки;

2. Методы профессионального обучения – обучение проходит на рабочем месте, так и вне его, наставничество, ротация, стажировки, Fast Track (быстрый путь);

3. Методы дистанционного обучения – использование Интернет-технологий в обучении персонала - в 2010 году специалистами был разработан корпоративный учебный портал.

Третья глава: Предложения по повышению квалификации персонала в ООО «Адидас»

Для увеличения количества обученных работников, и как следствие, обеспечение их профессионального роста и повышения квалификации, предлагается использовать корпоративное обучение в виде практических семинаров и аналитических тренингов.

Первый - самый распространенный, когда тренинги проводятся на базе кейсов (от английского – «случай»), тематика которых берется из «чужих» примеров. При этом слушателям предлагается решать «чужие» проблемы, уже «решенные» неоднократно с заведомо известным, как правило, шаблонным решением.

Второй - редко применяемый и оригинальный, но совершенно нешаблонный, когда темы тренингов строго определяются проблемами данного предприятия. Перед семинаром-тренингом ставится определенная

задача – например, создать действенную систему мотивации персонала или разработать эффективную маркетинговую стратегию (и прочие) с учетом специфических особенностей предприятия. И эта задача является приоритетной при выборе темы семинара-тренинга и его содержания.

Приоритетность второго варианта очевидна. Он более информативен, результативен и эффективен. Учеба в виде семинара-тренинга с ориентацией на решение проблем конкретного предприятия – это очень сложный процесс, который эффективно может быть осуществлен только профессионалами. Вот, кстати, еще одно различие между вариантами. Первый может проводиться кем угодно, второй – только профессионалами.

Для увеличения количества обученных сотрудников и экономии денежных средств, выделяемых на обучение, а также для повышения профессионализма и квалификации сотрудников предлагается использовать новую обучающую интернет-технология в виде вебинаров. В настоящее время они являются инновационным и современным средством коммуникационного общения.

Вебинары (онлайн-семинар) - это мероприятия, проходящие в режиме онлайн (реального времени). Они похожи на обычные семинары - последовательные доклады, показ демонстраций, вопросы и ответы, однако все это происходит в режиме реального времени через Интернет.

Формат вебинара предоставляет ведущему возможность передавать информацию (опыт, знания, умения, задания) участникам с помощью онлайн класса, позволяет слышать и видеть друг друга людям, находящимся в разных точках страны. Вебинары запускаются с помощью веб-приложений - нужно просто ввести URL (адрес сайта). Таким образом, несмотря на то, что все участники физически находятся далеко друг от друга, образуется виртуальная «аудитория», объединяющая всех.

Основные возможности вебинаров:

- многосторонняя видео- и аудио-конференция;
- загрузка и просмотр презентаций и видео;

- текстовый чат;
- демонстрация экрана компьютера ведущего участникам;
- передача прав на управление от ведущего участникам.

Заключение

Исследование показало, что в современных условиях существование экономически эффективной компании невозможно без продуманной системы повышения квалификации кадров. Разумеется, что такая система должна быть прекрасно организована особенно, в плане соответствия программ обучения текущим и будущим потребностям компании, оснащена на высоком техническом уровне и являться частью цельной стратегии компании.

В заключение можно сделать вывод, что ООО «Адидас» - это успешно развитая организация сетевого типа, в которой большое количество сотрудников, которым нужно постоянно профессионально развиваться. Анализ системы повышения квалификации показал, что руководство ООО «Адидас» занимается обучением своего персонала, но как показала практика — это обучение является однообразным. В связи с этим мною были предложены рекомендации об усовершенствовании системы обучения персонала в ООО «Адидас», создать Центр развития и оценки персонала, с

целью создания лично- ориентированных программ подготовки персонала. Если внедрить в ООО «Адидас» Центр развития и оценки персонала, то методы повышения квалификации будут гораздо эффективнее и интереснее для самих сотрудников. Для ООО «Адидас» это самый оптимальный вариант, так как высококвалифицированные специалисты — это неотъемлемая часть успешного бизнеса.

Таким образом, можно констатировать, что важнейшим фактором эффективной работы организации является своевременная и высококачественная подготовка и повышение квалификации персонала.