

ВОПРОСЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

УДК 338

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ТУРИНДУСТРИИ

С.А. Малинин¹, И.В. Калашникова²

^{1,2}Российский государственный социальный университет, филиал в г. Клину

Рассматривается кадровая политика в сфере туриндустрии. Предлагается распределение должностей в организации согласно темпераменту работника, определяемого по методикам, используемых в психологии. Представлены основные должности сотрудников организаций сферы туризма. Анализируются организации сферы туриндустрии, имеющие возможность использовать в своей деятельности предложенные мероприятия по кадровой политике предприятия.

Ключевые слова: *туриндустрия, гостиничное хозяйство, туристические компании, кадровая политика, темперамент.*

В настоящее время сфера туриндустрии в России является одной из динамично развивающейся отраслей экономики, она по-прежнему входит в число важнейших факторов социально-культурного развития территорий, хотя в последнее время эта статья экономики снизилась в связи с экономическим кризисом [2, с. 80].

Маркетинг для предприятий туриндустрии является одной из важнейших систем управления организации. Использование маркетинга в качестве составляющей процесса оказания услуг – это не просто некоторый прием, направленный на повышение качества услуг, а необходимая и значимая составляющая современного сервиса. Определяется это тем, что качество услуг стало базовым конкурентным фактором [3, с. 7]. Маркетинговые исследования необходимы и в кадровой политике любой организации, в частности сферы туриндустрии.

В кадровой политике организации важными составляющими являются:

1) организационная сущность управленческого решения, состоящая в привлечении к работе в организации сотрудников и формировании работоспособного персонала;

2) социальная сущность управленческого решения, заключающаяся в управлении персоналом и включающая механизмы воздействия на человека для их эффективной деятельности в коллективе.

В данном исследовании остановимся на кадровой политике организации сферы туриндустрии в г. Клину при избрании на должность сотрудников с определенным типом темперамента.

Основная задача руководителя при управлении персоналом заключается в умении с ними успешно взаимодействовать, в знании того, чем определяется поведение людей, в отдельности и в группе, а также его влияния в роли лидера на поведение отдельных работников в коллективе. В данной области необходимы знания в области психологии человека, а также индивидуальных психологических особенностей личности (статус личности, общественно-функциональные роли, ценностные ориентиры), влияющих на ее

поведение и деятельность. Кроме того, на поведение человека влияют и такие свойства личности, как мотивы, характер, темперамент, потребности, способности [1, с. 123].

Остановимся на двух свойствах личности – характере и темпераменте. Характер может быть воспитан и проявляется в отношении к другим людям, к делу. Определенному типу характера соответствует темперамент – свойства, определяющие изменения психической деятельности и проявляющийся в речи, поступках, обстоятельствах. Известно четыре типа темперамента – сангвиник, холерик, флегматик, меланхолик.

Задача менеджера состоит в том, чтобы, учитывая особенности темперамента работников, поручать им такую работу, так строить с ними взаимоотношения, чтобы раскрыть их лучшие черты, в максимальной степени использовать их потенциал.

Основными должностями туристических компаний являются: директор, заместитель директора, администратор (старший менеджер), менеджеры по работе с клиентами (менеджеры по продажам), бухгалтер, менеджеры по работе с агентствами, менеджеры визового отдела и отдела бронирования, сотрудники отдела продвижения и маркетинга и др.

Основными подразделениями (должности) организаций гостиничного хозяйства являются: отдел продаж (администратор, агент по бронированию, менеджеры по продажам); рецепция – служба приема и размещения гостей (администратор, оператор регистрации, портье, оператор инфоцентра, телефонный оператор); служба горничных (администратор, горничные, уборщики); отдел по работе с персоналом (руководитель отдела, специалист по отбору персонала, специалист по оценке и развитию персонала, инспектор кадрового учета); общий отдел (администратор (директор), администратор компьютерной сети, специалист по продвижению услуг, оператор размещения в системах бронирования, менеджер по обслуживанию мероприятий (семинаров, конференций, выставок и т.п.)). Для каждого типа и классности гостиниц кадровый состав может отличаться.

На должности в организациях сферы туристической индустрии предлагаются сотрудники с определенным типом темперамента:

- сангвиническим (директор, заместитель директора, старший менеджер, специалист по отбору персонала);
- холерическим (директор, заместитель директора, старший менеджер, администратор, специалист по отбору персонала);
- флегматическим (бухгалтер, старший менеджер, менеджер по продажам, администратор, заместитель директора, специалист по отбору персонала);
- меланхолическим (агент по бронированию, оператор регистрации).

Акцент в данном исследовании делается на деятельности заместителя директора (для туристических компаний) и специалиста по отбору персонала (в гостиничном хозяйстве), в обязанности которых входит:

- приглашение и отбор персонала для работы в организации;
- распределение сотрудников по должностям согласно их темпераменту.

Основные методики в виде тестов и вопросников по определению типа темперамента, используемые в настоящее время в психологии, можно использовать и в сфере туристической индустрии при планировании кадровой политики организации. В данном исследовании использовалась методика, описанная Г.Б. Казначевской [1, с. 154], определения типа темперамента сотрудников организаций.

В Клинском районе находится 10 гостиниц среднего класса и порядка 30 туристических агентств, фирм и туроператоров. Данные исследования проводились в наиболее перспективных гостиницах г. Клин, таких как спатель «Клевер», гостиницах «ВиП» и «Кают Компания», а также в туристической компании Coral Travel, являющейся сетью организаций сферы туризма, включающих туроператорскую и турагентскую деятельность, и туристических фирмах «Робинзон» и «Натали-тур».

Т а б л и ц а 1

Распределение сотрудников сферы туристической индустрии по типу темперамента

Тип темперамента	Количество человек						%
	Туристическая компания			Гостиница			
	Coral Travel	Робинзон	Натали -тур	ВиП	Клевер	Кают Компания	
Холерик	1	1	0	1	1	1	11,3
Сангвиник	1	0	1	1	1	0	9,1
Флегматик	6	5	3	3	4	2	52,3
Меланхолик	3	1	3	2	1	2	27,3
Итого	11	7	7	7	7	5	100

Примечание. Таблица составлена по материалам исследования.

Т а б л и ц а 2

Соотношение должностей организаций сферы туристической индустрии с типом темперамента сотрудников

Организация туристической индустрии	Количество человек			
	Холерик	Сангвиник	Флегматик	Меланхолик
Директор	2	1	3	
Заместитель директора	1		2	
Бухгалтер			2	3
Старший менеджер		1	2	1
Менеджер по продажам		1	7	4
Специалист по отбору персонала		1	1	1
Администратор	1		2	
Агент по бронированию	1		1	2
Оператор регистрации			3	1
Итого	5	4	23	12

Примечание. Таблица составлена по материалам исследования.

Общее количество рассматриваемых сотрудников организаций туриндустрии (выборка) составило 44 человека.

Распределение сотрудников сферы туриндустрии г. Клин по типу темперамента представлено в таблице 1, а соотношение должностей с типом темперамента сотрудников – в таблице 2.

Было выявлено, что большинство сотрудников туристических компаний и гостиничного хозяйства имеют должности, не соответствующие их темпераменту. Основными типами темпераментов у руководящих сотрудников оказались флегматик и меланхолик.

Проанализировав специальность/направление подготовки сотрудников организаций сферы туриндустрии было выявлено, что руководящие должности занимают выпускники педагогических и технических вузов, не имеющих больших амбиций. Деятельность таких специалистов в сфере туризма сказывается на специфике представления материала и работы с клиентами, технологии работы в данной области, основных понятий (блок-чартер, трансфер, эллотмент и др.), систем Amadeus, Sabre, Sirena, Gabrie, специального программного обеспечения («Само-тур», «Мастер-тур») и т.д. Немаловажным аспектом является также и знание (или незнание) английского языка, который используется на любом участке индустрии туризма – при бронировании билетов и гостиниц, оформлении виз и др. Только в 10-20% случаях сотрудники рассматриваемых организаций владеют английским языком свободно.

Целью высшего образования специалистов в сфере туризма является обеспечение их подготовка по основным направлениям деятельности.

Проанализировав выборку из 128 человек (табл. 3) студентов Российского государственного социального университета (филиал в г. Клину), обучающихся по направлениям «Менеджмент» (МЕН), «Государственное и муниципальное управление» (ГМУ) и «Экономика» (ЭКН), было установлено, что основными типами темпераментов обучающихся являются:

- «Менеджмент» и «Государственное и муниципальное управление» – сангвиник (40 и 47% соответственно) и холерик (40%) – два наиболее важных темперамента, необходимых для кадровых сотрудников организаций туриндустрии, в частности у руководящих должностных лицах;
- «Экономика» – флегматик (42%) и сангвиник (33%).

Таблица 3

Распределение студентов вуза по типу темперамента

Тип темперамента	Студенты направления подготовки, чел.			Общее соотношение, %	Соотношение по направлениям подготовки, %		
	МЕН	ГМУ	ЭКН		МЕН	ГМУ	ЭКН
Холерик	8	24	8	31	40	40	17
Сангвиник	8	28	16	41	40	47	33
Флегматик	4	8	20	25	20	13	42
Меланхолик	0	0	4	3	0	0	8
Итого	128			100	100	100	100

Примечание. Таблица составлена по материалам исследования.

Таким образом, выявлено, что занимаемые должности сотрудниками предприятий данной сферы не в полной мере соответствует их темпераменту и эффективной деятельности фирмы. Ответственность за распределение сотрудников по должностям и их темпераменту предлагается возложить на заместителя директора (для туристических компаний) и специалиста по отбору персонала (в гостиничном хозяйстве). Эффективность управленческого решения в кадровой политике организации сферы туристической индустрии видится на стадии образовательного процесса. При приеме человека на работу необходимо определить, которыми этот человек обладает, оценить предрасположенность будущего сотрудника к определенной сфере деятельности.

Список литературы

1. Казначевская Г.Б. Менеджмент: учебник. Ростов-на-Дону, 2013. 347 с.
2. Калашникова И.В. Туристическая деятельность в Клинском районе: недостатки, преимущества и прогнозы // Научные труды SWorld, 2014. Т.27. №4. С. 80-83.
3. Коханова Н.М., Филинова Н.В., Мочалов И.А., Калашникова И.В., Резвущкин С.В. Современные технологии маркетинга, применяемы для продвижения товаров и услуг // Сборники конференций НИЦ Социосфера, 2014. №51. С. 7-11.

THE PERSONNEL POLICY IN THE SPHERE OF TOURISM INDUSTRY

S.A. Malinin¹, I.V. Kalashnikova²

^{1,2}Russian State Social University, branch in Klin

The article investigates the personnel policy in the sphere of tourism industry. The authors offer the distribution of posts in the organization according to the temperament of the worker, the methods used in psychology. The article presents the main posts in a touristic company. The article analyzes the organization of tourism industry in Klin, the companies that have an opportunity to use in its operations the proposed measures on the personnel policy.

Keywords: *tourism industry; hotel industry; tourism companies; personnel policy; temperament.*

Об авторах:

МАЛИНИН Сергей Алексеевич – преподаватель кафедры управления и международных отношений, «Российский государственный социальный университет», филиал в г. Клину, e-mail: duks91189@gmail.com

КАЛАШНИКОВА Ирина Владимировна – кандидат химических наук, доцент кафедры управления и международных отношений, «Российский

государственный социальный университет», филиал в г. Клину, e-mail: irika-81@mail.ru

About the authors:

MALININ Cergej Alekceewitsch – lecturer of department of management and international relations, Russian State Social University, branch in Klin, Russia, e-mail: duks91189@gmail.com

KALASchNIKOWA Irina Wladimirowna – candidate of the chemical sciences, associate professor of department of management and international relations, Russian State Social University, branch in Klin, Russia, e-mail: irika-81@mail.ru

References

1. Kasnatschewckaja G.B. Menedzhment: utschebnik. Rostow-na-Donu, 2013. 347 с.
2. Kalaschnikowa I.W. Turictitscheckaja dejatel'noct' w Klinckom rajone: nedoctatki, preimushestwa i prognosy // Nautschnye trudy SWorld, 2014. T.27. №4. С. 80-83.
3. Kochanowa N.M., Vilinowa N.W., Motschalow I.A., Kalaschnikowa I.W., Reswuschkin C.W. Cowremennye tehnologii marketinga, primenjaemy dlja prodwizhenija towarow i uclug // Cborniki konverenzij NIZ Coziocvera, 2014. №51. С. 7-11.