

Е.А. Родионова
*Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия*
Д.Р. Калимуллина
*Туристическое агентство «Сансей»,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Личностный портрет эффективного сотрудника туристической компании

Аннотация. В статье излагаются результаты эмпирического изучения личностных качеств эффективных сотрудников туристических компаний. Приводятся данные самооценки и экспертной оценки эффективности сотрудников. Предложена программа отбора сотрудников в туристические компании, а также варианты оптимизации программ обучения, реализуемых как в рамках компаний, так и в образовательных учреждениях.

Ключевые слова: эффективность, мотивация, компетенции.

Abstract. The article presents the results of an empirical study of the personal qualities of effective staff of travel companies. The authors provide evidence of self-esteem and peer review employee performance. A program of selection of employees in tourism companies is offered. The variants of optimizing training programs implemented both within companies and educational institutions are proposed.

Keywords: efficiency, motivation, competence.

В современном мире эффективности работы компании, в том числе в туристическом бизнесе, способствуют сильные, конкурентоспособные сотрудники. Сегодня, несмотря на кризис в туристической сфере, услуги туристических компаний остаются востребованными, как для планирования отдыха, так и для бизнес-поездки.

Целью эмпирического исследования было выявление личностных качеств эффективного сотрудника туристической компании. В качестве гипотезы мы предположили, что для эффективного сотрудника туристической компании характерны высокий уровень коммуникативных и организаторских способностей, высокий уровень организационной идентичности; эффективные сотрудники туристической компании мотивированы на результат, и для них важны достижения.

Исследование проходило в два этапа: 1 — опрос сотрудников и клиентов туристических компаний с целью выделения личностных качеств эффективных сотрудников; 2 — диагности-

ка личностных качеств сотрудников туристических компаний и оценка их эффективности. В исследовании принимали участие 180 сотрудников туристических компаний (специалисты по работе с клиентами) г. Санкт-Петербурга и 210 клиентов туристических компаний.

В качестве методик исследования мы использовали авторскую анкету «Эффективный сотрудник туристической компании» (Е. Родионова, Д. Калимуллина), методику «Диагностика мотивации достижения» (А. Мехрабиан, модификация М.Ш. Могамед-Эминова), «Коммуникативные и организаторские способности» (В.В. Синявский и Б.А. Федоришин), «Организационная идентичность» (Mael & Ashforth, в адаптации и модификации Е.А. Родионовой), «Изучение мотивационного профиля личности» (Ш. Ричи и П. Мартин) [3, 4, 5].

Под эффективностью мы понимаем комплексную взаимосвязанную систему продуктивности, измеряемую в числовых показателях прибыли, выручки, коэффициента трудового участия и пр., и удовлетворенности как психологической, мотивационной детерминанты деятельности. Условно это определение можно изобразить в следующей формуле: $Эф = Пр + МЦД$, где Эф — эффективность, Пр — продуктивность, производительность сотрудника, выражающаяся в количественных показателях, категориях выработки, качества выполняемой деятельности и пр., МЦД — мотивационно-ценностная составляющая работника, как комплексное понятие, включающее в себя и мотивационную удовлетворенность, и лояльность, и профессиональные установки относительно компании и занимаемой должности, и соотношение ценностных составляющих компании и сотрудника, доверие к организации [1, 3].

Результаты опроса по 1 этапу исследования

В процессе 1-го этапа исследования сотрудникам и клиентам туристической компании было предложено заполнить анкету «Профессионально важные качества сотрудника туристической компании», целью которой было выявить качества сотрудников туристической компании, способствующие профессиональной эффективности деятельности.

По результатам анкетирования сотрудники и клиенты туристической компании выделили следующие качества (рис. 1):

- 1) коммуникационные способности,
- 2) Презентабельность,
- 3) грамотная речь,
- 4) умение анализировать информацию,

- 5) знание турпродукта,
- 6) направленность на клиента,
- 7) направленность на результат.

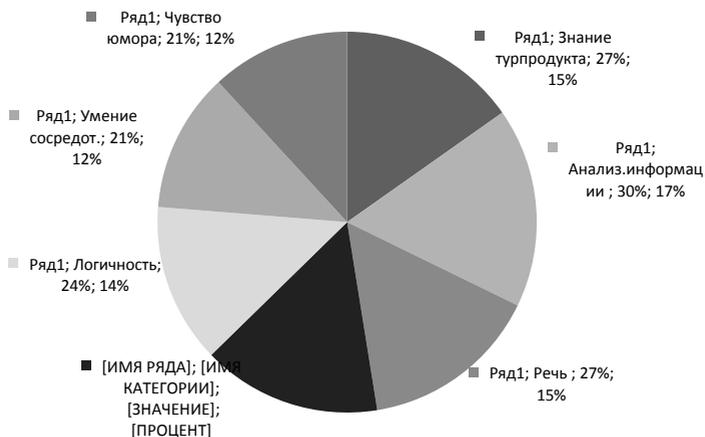


Рис. 1. Профессионально важные качества сотрудника

Оценка и самооценка эффективности сотрудников

По результатам анкетирования сотрудников и руководителей мы выяснили, что наибольшее количество баллов набрали следующие критерии: грамотная речь, умение анализировать информацию, направленность на клиента и направленность на результат. Руководители туристических компаний оценили эффективность сотрудников выше, чем сами сотрудники (рис. 2).

По результатам самооценки и экспертной оценки (экспертами выступали непосредственные руководители сотрудников туристических компаний) мы выделили две группы эффективности сотрудников по уровням: высокий уровень эффективности (средний показатель по самооценке и экспертной оценке от 6 до 7 баллов, при максимальной оценке в 7 баллов) и средний уровень эффективности (от 5 до 6 баллов). Сотрудники с низким уровнем эффективности, как правило, долго не работают в сфере туристической индустрии и увольняются. Этим объясняется выделение только двух групп.

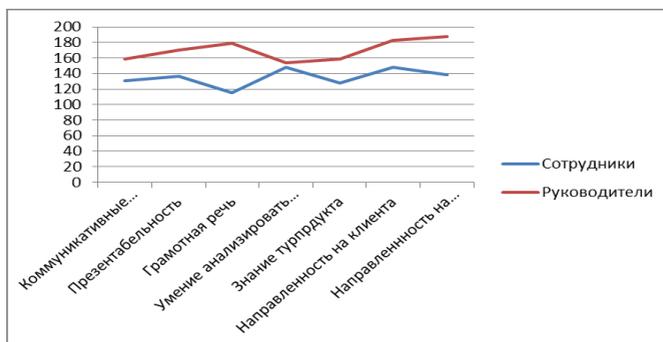


Рис. 2. Данные анкетирования сотрудников и руководителей

Анализ результатов изучения мотивационного профиля личности по методике Ш. Риччи и П. Мартина позволил выделить актуальные потребности сотрудников туристических компаний: вознаграждение, интенсивная работа, самосовершенствование, признание, разнообразие, достижение.

Мы провели сравнительный анализ ведущих мотивов по двум группам эффективности сотрудников. Были получены статистически значимые различия по таким мотивам, как «вознаграждение», «достижение» и «интересная работа» (при $p \leq 0,5$), то есть для сотрудников, относящихся к высокой группе эффективности, значимыми в их работе является содержание работы, интерес и достижения, а также то вознаграждение, которое они могут получить. По результатам диагностики мотивации достижений (А. Мехрабиан) были получены статистически значимые различия по направленности мотивации сотрудников двух групп эффективности (при $p \leq 0,5$). Сотрудники с высокой эффективностью больше ориентированы на достижения, чем на избегание неудачи.

Анализируя уровень идентичности себя с организацией в группах эффективных/неэффективных сотрудников, мы получили статистически значимые различия по всем показателям организационной идентичности между группами с высокой и средней эффективностью. Приведем результаты содержательного характера по исследованию идентичности: для эффективных сотрудников важно соотношение ценностей в компании, то есть для них цели компании становятся их целями, такие сотрудники идентифицируют себя с компанией, в которой работают. На втором месте по значимости сотрудники, относящиеся к высокой

группе эффективности, ставят принадлежность к организации, то есть такие сотрудники принимают и подчиняются правилам и организации труда в компании. Соответственно на третьем месте самоидентичность с организацией, такие сотрудники готовы работать в компании, но не идентифицируют себя с ней, возможно, не видят перспектив пребывания в такой компании.

По результатам методики «КОС» мы выяснили, что у сотрудников, относящихся к высокой группе эффективности, выше развиты организаторские способности, чем коммуникативные. Можно предположить, что такая разница связана с тем, что в работе сотрудникам туристических компаний необходимо планировать рабочий день, составлять график дежурств и выходов, назначать встречи и организовывать беседу с клиентом; старшим сотрудникам необходимо уметь организовывать работу сотрудников и офиса в целом, следить за количеством звонков и посещений клиентами, обрабатывать заявки в интернете.

Говоря о коммуникативных способностях, хотелось бы отметить, что они тоже являются неотъемлемой частью работы сотрудников туристической компании. Для построения своего рабочего графика сотрудникам необходимо уметь общаться в коллективе (оставлять задания на время отпуска, решать рабочие вопросы, разрешать конфликтные ситуации), поддерживать контакты с коллегами в других туристических компаниях. Необходимо также уметь находить подходы к клиентам (находить подходящие им туры, предлагать свои варианты их отдыха, уметь убеждать, описывать преимущества и недостатки того или иного предложения, уметь «продать» тур, вести деловую переписку, звонки и организовывать встречи).

Таким образом, мы определили критерии эффективности на основе опроса (клиенты/сотрудники), провели оценку эффективности сотрудников (самооценка сотрудников + экспертная оценка непосредственного руководителя), выявили уровень мотивационных достижений сотрудников туристической компании, провели сравнительный анализ по группам эффективности сотрудников, определили мотивационный профиль сотрудников туристической компании, провели сравнительный анализ по группам эффективности сотрудников, определили наличие коммуникационных и организаторских способностей сотрудников туристической компании, провели сравнительный анализ по группам эффективности сотрудников, выявили уровень организационной идентичности сотрудников туристической компании,

провели сравнительный анализ по группам эффективности сотрудников.

Гипотеза о том, что для эффективного сотрудника туристической компании характерны высокий уровень коммуникативных и организаторских способностей, высокий уровень организационной идентичности, эффективные сотрудники туристической компании мотивированы на результат и для них важны достижения, на данной выборке подтвердилась. Результаты исследования позволили нам обоснованно скорректировать программу отбора сотрудников в туристические компании и предложить варианты оптимизации программ обучения, реализуемых как в рамках компаний, так и в образовательных учреждениях.

Литература

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами [Текст] / М. Армстронг – СПб.: Питер, 2004.
2. Гастев А.К. Социальные установки [Текст] / А.К. Гастев. У истоков НОТ: забытые дискуссии и нереализованные идеи. – Л., 1990.
3. Родионова Е.А. К вопросу о психологических факторах эффективности сотрудников [Текст] / Е.А. Родионова. – СПб.: изд-во СПбГУ, 2009.
4. Родионова Е.А. Мотивация и стимулирование персонала в организации [Текст] / Е.А. Родионова – СПб.: изд-во СПбГУ, 2009.
5. Эшфорт Б., Маил Ф. Теория социальной идентичности в контексте организации [Текст] // Организационная психология, 2012. Т. 2. № 1. С. 4–27.

Е.А. Столярчук

*Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Психологические аспекты профессиональной деятельности и подготовки менеджеров туризма

Аннотация. В статье рассматриваются психологические особенности деятельности сотрудников туристических фирм. Анализируются наиболее важные личностные и поведенческие факторы, влияющие на эффективность работы компании. Представлена программа психологического обеспечения подготовки менеджеров по туризму.

Ключевые слова: управление, адаптация, потенциал лидерства, команда.

Родионова Е.А., Калимуллина Д.Р. Личностный портрет эффективного сотрудника туристической компании // Евразийский научный форум «Туризм в Евразийском пространстве: реальности и перспективы». Научное издание. Научн. редакция А.А. Торопыгина. – СПб., 2014. С 246-251.