

МОТИВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И КУРОРТНОГО ДЕЛА

.....

Л.Н. Ожигова¹

В течение последних десяти лет гостиничный бизнес в России стремительно развивается. В крупные российские города приходят международные отели, увеличивается число маленьких частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы. Аналитики отмечают, что тяжелые времена для сферы гостеприимства миновали и уже выделились лидеры по развитию гостиничного бизнеса. Так, по данным Российской гостиничной ассоциации, на Москву и Санкт-Петербург приходится около 70 % всего оборота гостиничного рынка России, но с каждым годом соотношение постепенно меняется в пользу регионов [9].

Помимо Москвы и Петербурга, сегодня бум строительства гостиниц и отелей наблюдается в Краснодарском крае (в частности, в Сочи на всей прибрежной 100-километровой полосе и в Геленджике). За последние пять лет объем инвестиций в курорты Кубани увеличился в 17 раз и составил около 20 млрд р. [4]. И хотя срок окупаемости гостиниц и ресторанов варьируется от 7 до 15 лет, интерес инвесторов к курортному комплексу Краснодарского края высок даже в условиях экономического кризиса [11].

Такой строительный бум в комфортной рекреационной зоне страны открывает большие перспективы для социально-экономического развития Краснодарского края, это и привлечение средств в бюджет от торгового и гостиничного бизнеса, и создание рабочих мест, и многое другое. Однако интен-

¹ Ожигова Людмила Николаевна – доктор психологических наук, профессор кафедры психологии личности и общей психологии Кубанского государственного университета. Эл. почта: topvolna@mail.ru

Исследование выполнено при поддержке и на средства, выделенные Конкурсной комиссией Роснауки по предоставлению грантов Президента РФ для поддержки молодых российских ученых (проект МД-3956.2008.6)

сивность роста должна соответствовать разумному планированию и прогнозированию дальнейших рисков, которые не всегда осуществляются как самими инвесторами, так и управляющими холдингов и компаний. Мало здание построить, его нужно «одушевить», заполнить к приему гостей, суметь привлечь отдыхающих и самое главное – получить из этого выгоду. Не случайно большинство форумов и выставок, посвященных перспективам развития гостиничного и ресторанного бизнеса, маркирует эту сферу услуг как «прибыльное гостеприимство».

Обзор экспертных мнений специалистов и ведущих туроператоров позволил нам выделить несколько серьезных проблем, существующих в данный момент:

1. *Сезонность.* Краснодарский край – уникальная рекреационная зона, но основной приток отдыхающих здесь приходится на лето. Среднегодовая заполняемость гостиниц – 35–40 %, причем пик наблюдается в июне-сентябре, а остальные месяцы пансионаты и гостиницы стоят пустые или вообще закрываются.

2. *Территориальные приоритеты отдыхающих.* По статистике 80 % людей предпочитают отдыхать в регионе своего проживания, особенно если учесть подорожание авиабилетов и риски от недобросовестных перевозчиков [7].

3. *Слабая реклама.* В борьбе за первенство среди стран, претендующих на организацию зимней Олимпиады 2014 г. Сочи и курорты Краснодарского края выиграли в основном за счет сильнейшей пропаганды и рекламы. В сезон лета 2008 г. продажа путевок в Сочи уже снизилась на 10–15 %.

4. *Дороговизна среднего уровня гостиниц.* Уже сейчас понятно, что расцвет гостиничной недвижимости и успешно проведенная Олимпиада могут поднять Сочи до курортов мирового уровня и привлечь иностранных туристов, однако сейчас дороговизна среднего уровня гостиниц не позволяет большинству россиян и самим жителям Краснодарского края воспользоваться отдыхом на побережье. При этом соотношение «цена–качество» часто заставляет российских отдыхающих делать выбор в пользу заграничного курорта [18]. Возможно, после проведения Олимпиады цены на размещение снизятся, что увеличит доступность отдыха и туристический поток.

5. *Качество обслуживания и уровень сервиса.* Гостиничные услуги неосязаемы – гость не знает, что его ждет, пока лично не посетит отель. Но даже если клиент приезжает в тот же отель какое-то время спустя, это не означает, что его будут обслуживать на том же уровне, что и раньше. Непостоянство качества гостиничных услуг – важное свойство и проблема гостиничного бизнеса. Многое зависит от человеческого фактора: например, раньше работал

другой портье — более приветливый, а сейчас гость не получил должного внимания [9].

То есть персонал гостиницы от горничной, официанта, охранника до ведущего менеджера – это важнейший фактор конкурентоспособности. Успех курортного сезона в гостиничном бизнесе зависит от того, как реализуются и контролируются стандарты обслуживания, как ценовая категория гостиницы отражается на качестве сервиса, включающего буквально взгляды и вздохи обслуживающего персонала в адрес гостей, т.е. от всей совокупности впечатлений отдыхающего. Это значит, что подбор, подготовка и мотивирование персонала, занятого на всех должностях гостиницы или отеля, требуют четкой и согласованной системы, работающей на имидж, привлечение и удовлетворение запросов клиентов.

Осознание мотивационных механизмов и определение структуры мотивации человека, мотивации к труду и профессии в настоящее время является достаточно разработанной темой в социологии, менеджменте и психологии. Но, несмотря на обилие теоретического и эмпирического материала по мотивационной проблематике, общепринятого объяснения всей системы мотивации к труду сегодня нет.

Существует большое число западных и отечественных теорий, объясняющих мотивацию личности сотрудника. Здесь выделяются работы западных исследователей: инструментальная теория Ф. Тейлора; теории содержания мотивации – теория иерархии потребностей А. Маслоу, теория ERG К. Альдерфера, теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда, теория двух факторов Ф. Герцберга и др.; теории процесса мотивации – теория ожидания К. Левина, теория предпочтения и ожидания В. Врума, теория подкрепления Б.Ф. Скиннера, теория справедливости Портера–Лоулера, модель выбора риска Д. Аткинсона, теория «Икс» и «Игрек» Д. Мак-Грегора, теория постановки целей Э. Локка, теория равенства С. Адамса и др. [1; 14].

Многочисленны исследования и российских ученых в этой области (В.А. Ядов, А.Г. Здравомыслов, Н.Ф. Наумова, Ю.П. Кокин, Е.Д. Катувский, А.А. Сарно, И.Ф. Беляева и др.) [8; 10; 13]. Одни из них посвящены вопросам классификации потребностей, другие – процессам мотивации. Среди прикладных исследований внимания заслуживают работы В.И. Герчикова, В.С. Магуна, А.Г. Шмелева [3; 12].

Проблемы мотивации сотрудника рассматриваются в различных аспектах: анализируются внешние и внутренние факторы, влияющие на мотивацию; изучаются особенности мотивации на разных этапах профессионального становления и развития личности; особое внимание уделяется вопросам адаптации и дезадаптации личности в организации, проблеме эмоционального выгорания и т.д. [2, 6].

Но при всем многообразии подходов к описанию мотивации личности к профессии или управлению этой мотивацией практически во всех работах мы находим ведущую мысль – определяющим фактором успеха той или иной компании на рынке являются не передовые технологии и финансовые инвестиции, а люди. А чтобы получить от людей полную отдачу, нужно дать им возможность делать то, что они любят [5].

Наиболее эффективен высокомотивированный сотрудник. И здесь работодатель сталкивается с вечной проблемой: мотивировать сотрудника или нанять мотивированного? Конечно, экономически выгоднее нанять мотивированного, но его нужно найти. И здесь работодателя в первую очередь интересует молодой контингент специалистов, обучающихся той или иной профессии.

Открывшиеся во многих российских столичных и областных вузах специальности сервиса, туризма и курортного дела часто базируются или относятся к факультетам экономики, управления, географии и даже физической культуры. Практика подготовки специалистов в сфере курортного и туристического бизнеса нарабатывается в среднем уже 15 лет, имеются учебные программы и базы практики, но сама система профессионального сопровождения личности студента пока отсутствует.

То есть учебно-методическая база подготовки специалистов в сфере гостиничного бизнеса и курортного дела развивается интенсивно, но сама эта деятельность еще не оформилась в профессию, а студенты часто даже затрудняются представить себя в ней, наметить некоторый карьерный план, не осознают мотивов своего профессионального обучения, в то время как осмысление личностью мотивов своей профессиональной деятельности является важнейшим условием успешной реализации в профессии и жизни.

Насколько студент, обучающийся специальности, связанной с сервисом, курортным и гостиничным делом, мотивирован на собственную профессиональную реализацию? Ответом на этот вопрос отчасти можно считать результаты нашего исследования, направленного на выявление мотивов профессиональной реализации студентов, обучающихся на факультете туризма, курортного и гостиничного дела.

Цель исследования, представленного в данной статье, – описать особенности профессиональной мотивации и направленности личности студентов специальности сервиса, туризма и курортного дела. Исследование проводилось в сентябре–ноябре 2008 г. в рамках проекта «Смысловые механизмы гендерной и профессиональной реализации личности в полиэтнической среде», поддержанного Конкурсной комиссией Роснауки по предоставлению грантов Президента РФ.

В целом проект направлен на разработку технологии социально-психологической поддержки смысловых механизмов профессиональной и гендерной

реализации личности в полиэтнической среде Краснодарского края. В результате реализации проекта будет апробирован комплекс психодиагностических методик, выявляющих ведущие мотивационные стратегии и смысловые механизмы профессионального поведения личности в зависимости от ее гендерной, профессиональной и этнической идентичности; создана объяснительная модель, описывающая приоритеты профессиональной и гендерной реализации личности в полиэтнической среде, и разработан социально-психологический тренинг, направленный на повышение эффективности профессиональной и карьерной реализации личности.

Выборка исследования составила 116 чел. в возрасте 19–23 лет, среди них 30 юношей и 86 девушек. Все обследуемые являются студентами 3-го курса двух вузов г. Краснодара и г. Сочи. В ходе исследования были использованы методика на выявление ведущего мотива профессиональной деятельности (опросник «Якоря карьеры») и методика диагностики направленности личности «Ориентировочная анкета». Обе методики позволяют выявить различные мотивы, а затем увидеть ведущие ориентиры личности, которые и направляют ее реализацию в профессии.

В результате были выявлены особенности мотивов профессиональной реализации студентов.

1. Ведущим мотивом профессиональной деятельности у юношей и девушек является «стабильность работы» (по 8 баллов в обеих выборках). Это потребность в безопасности и стабильности, желание чтобы будущие события были предсказуемы. Человек с такой ориентацией (его часто называют «человеком организации) ответственность за управление карьерой перекладывает на нанимателя.

Другими ведущими мотивами (по 8 баллов) у девушек являются автономия и предпринимательство, а у юношей – интеграция стилей жизни. Хотя значимых различий между мотивами юношей и девушек не выявлено, но интерпретация показателей в рамках методики позволяет говорить о том, что девушки больше ориентированы на создание чего-то нового, не хотят преодолевать препятствия, но готовы к риску, не желают работать на других, предпочитают иметь свое дело, обрести финансовую независимость (мотив «предпринимательство»). Одновременно с этим девушки стремятся освободиться от организационных правил, предписаний, ограничений, хотят все делать по-своему, самостоятельно решать, когда, над чем и сколько работать (мотив «автономия» (независимость)).

Для юношей актуальна интеграция различных сторон образа жизни. Они не хотят, чтобы в их жизни доминировала только семья, или только карьера, или только саморазвитие. Они стремятся к тому, чтобы все было сбалансировано. Человек с мотивом-ориентацией «интеграция стилей» больше ценит

свою жизнь в целом (где живет, как совершенствуется), чем конкретную работу, карьеру или организацию.

У всех студентов на довольно высоком уровне (7 баллов) выявлен мотив «служение», т.е. «работа с людьми», «служение человечеству», «помощь людям», «желание сделать мир лучше». Такой профессиональный мотив может достаточно сильно и долго поддерживать нахождение человека в сфере услуг.

Интересно, что самые невысокие баллы юноши и девушки набрали по шкалам «стабильность места жительства» (4 балла) и «профессиональная компетентность» (5 баллов). Низкая выраженность мотива «стабильность места жительства» хороша для менеджера в сфере услуг, так как повышает его карьерную мобильность в случае повышения, связанного с переездом. Но низкий балл по мотиву «профессиональная компетентность» свидетельствует, о том что в большинстве случаев студенты не рассматривают свою данную трудовую занятость ни как профессию, ни как деятельность, требующую специальной профессиональной подготовки.

Данное обстоятельство позволяет сделать неутешительный вывод о том, что, возможно, студенты или не видят перспектив в профессии, или не собираются надолго оставаться в данной сфере. Этот вывод подтверждается еще и тем, что менее 20 % опрошенных указали, что работали в качестве горничной или официанта в период летних каникул или практики. То есть студенты не имеют опыта работы в гостинице или ресторане даже в пределах 3–9 месяцев, не знакомы с «кухней» гостиничного бизнеса изнутри, что является обязательным условием при обучении менеджеров в европейской системе. С работой туроператоров и турагентов, как оказалось, студенты вообще не имели возможности познакомиться на практике.

Таким образом, студенты специальности «туризм и курортное дело» ориентированы на стабильную работу, которая может находиться не в месте проживания, связана со свободным графиком и реализацией своей индивидуальности, позволяет совмещать карьеру, семью и хобби. Они готовы помогать людям, но не рассматривают свою деятельность как особую профессиональную позицию, требующую повышения уровня знаний, умений и компетенций. Это значит, что обучение в вузе может быть неинтересно студенту, так как его профессиональная мотивация, скорее всего, базируется на более глубинных личностных интересах и смыслах, которые связаны с его личностью и ценностями.

2. Этот вывод подтверждается тем, что ведущим личностным мотивом студентов является «направленность на себя» (по методике «Ориентировочная анкета»). Выявлено, что большинство юношей и девушек ориентированы на себя, т.е. описывают себя как человека, ожидающего прямого вознаграждения и удовлетворения независимо от того, какую работу и с кем он выполняет. Человек с такой ведущей ориентацией представляет группу театром, в котором можно удовлетворить определенные общие потребности, показать свои

личные трудности, приобрести достоинство, уважение или общественный статус, быть агрессивным или господствовать. Такой человек интроспективен, властен, не реагирует на потребности окружающих его людей. Он занимается преимущественно собой, игнорирует людей или работу, которую обязан выполнять.

Мотив на взаимоотношения также достаточно высоко проявляется в ведущих приоритетах студентов. Направленность на взаимоотношения отражает интенсивность, с которой человек старается поддержать хорошие взаимоотношения, но лишь «на поверхности», что часто препятствует выполнению конкретных заданий или оказанию искренней помощи людям. Такой человек проявляет большой интерес, когда речь идет о коллективной деятельности, но сам не вносит никакого вклада в осуществление трудовых заданий группы.

Интересно, что ориентация на задание, на дело проявилась у юношей несколько больше, чем у девушек. Причем у девушек этот мотив выражен самыми низкими баллами и по сравнению с юношами, и по сравнению с другими мотивами. Направленность на задание отражает интенсивность, с которой человек выполняет задание, решает проблемы, и меру заинтересованности в выполнении своей работы как можно лучше. Несмотря на свои личные интересы, такой человек будет охотно сотрудничать с коллективом, если это повысит эффективность группы. В коллективе он стремится отстоять свое мнение, которое считает полезным для работы.

Таким образом, ведущим мотивом у обследуемых студентов является ориентация на себя, свои интересы, которые личность стремится удовлетворить, поддерживая хорошие отношения с другими. Причем ориентация на хорошее выполнение работы у девушек проявляется меньше, чем у юношей.

Возможно, в полученных результатах проявилась такая особенность молодого возраста, как стремление быть в центре внимания, потребность в общении и некоторой демонстрации себя. Но то, что студенты не ориентированы на качественное выполнение работы и на развитие профессиональных компетенций, очевидно, будет отражаться на их учебной работе: студенты, скорее всего, проявят низкий интерес к занятиям и невысокие учебные результаты.

В итоге можно сказать, что формирование знаний, умений и навыков в процессе профессионального обучения у студентов, обучающихся сервису, курортному и туристическому бизнесу, может быть затруднено их низкой мотивацией на развитие профессиональных компетенций и высокой ориентацией на себя. То есть студенты продолжают реализовывать себя скорее в общении, чем в профессиональных ценностях и достижениях.

Поэтому обучение специалистов в этой сфере требует, с одной стороны, дальнейшего серьезного изучения мотивации личности, а с другой – формирования специальной системы психолого-педагогического сопровождения

студентов. Такая система поддержки личности прежде всего должна способствовать расширению представлений о том, что избранная специальность – это деятельность, требующая специальных умений и навыков. Затем может быть организована дальнейшая психологическая работа, направленная на то, чтобы студент смог идентифицировать себя с образом специалиста в этой области, интегрировать этот образ в свою общую Я-концепцию и жизненную перспективу. Другими словами, перевести мотив «служение людям», который нашел выражение в ценностной картине мира студентов, из сферы личностных особенностей в профессиональную компетентность.

Библиографический список

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. 8-е изд. СПб.: Питер, 2005.
2. Артамонова В.Г., Шаталов Н.Н. Профессиональные болезни. М.: Медицина, 1988.
3. Безносов С.П. Профессиональная деформация и воспитание личности // Психологическое обеспечение социального развития человека. Л.: Изд-во ЛГУ, 1989.
4. Бизнес для малого и среднего бизнеса // Краснодарский бизнес-журнал. 2008. № 20 (100).
5. Дмитриевич А. Не \$-м единым // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2008. Ноябрь.
6. Зеер Э.Ф. Психология профессий: учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб., доп. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003.
7. Литовченко Е. Краснодарские курорты: от «элит» до «эконом» // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2008. Октябрь.
8. Мишурова И.В., Кутелев П.В. Управление мотивацией персонала: учеб.-практ. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: «МарТ», 2004.
9. Развитие гостиничного бизнеса в России. URL: http://www.hotelcom.ru/article.php?id_art=34.
10. Рачкова С.Б., Григорьева О.Н. Особенности трудовой мотивации сотрудников организации // Фармацевтическое обозрение. М.: Юнико Информ, 2006.
11. Реальный бизнес // Краснодарский информационный бизнес-журнал. 2008. № 10 (72).
12. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: учеб. пособие для вузов / пер. с англ. под ред. проф. Е.А. Климова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
13. Рубцов С.В. Целевое управление в корпорациях. Управление изменениями. М.: Дело, 2001.
14. Травин В.В., Магура М.И., Курбатова М.Б. Мотивационный менеджмент: Модуль III: учеб.-практ. пособие. 2-е изд., испр. М.: Дело, 2005.
15. Харламова Т. Российские курорты: пришло время перемен // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2008. Август.