

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ
КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРИЗМА И СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ
«СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС»**

Помогаев Павел Павлович, аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: pauluslucius1985@mail.ru.

Статья посвящена описанию результатов социологического исследования – сравнительного анализа социально-психологических качеств личности менеджеров сферы туризма города Астрахани и студентов специализации «социально-культурный сервис».

Ключевые слова: социально-психологический, менеджер, студент, исследование, уровень, качество, характеристика, показатель.

**THE COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL
QUALITIES OF TOURISM MANAGERS AND STUDENTS
OF SPECIALIZATION “SOCIAL AND CULTURAL SERVICE”**

Pomogaev Pavel P., post-graduate student, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, Tatischev St., 20a, e-mail: pauluslucius1985@mail.ru.

The article is dedicated to presentation of sociological research results – the benchmarking study of identity social-psychological qualities among the managers of the sphere of tourism in Astrakhan city and the students of specialty «social-cultural service and tourism».

Key words: social-psychological, manager, student, research, level, quality, characteristics, index.

Изменившаяся социально-экономическая обстановка предъявляет новые требования к профессиональным характеристикам личности менеджера сферы туризма, а также уровню подготовки будущих специалистов данной области которые должны обладать определенным набором социально-психологических характеристик, представляющих собой высокую экстравертированность личности, стрессоустойчивость, умение принимать нестандартные и верные решения в быстро меняющейся среде, способность брать на себя ответственность и решать поставленные задачи, подразумевающая наличие у него высокого уровня социально-психологических характеристик личности.

Актуальность данной проблематики так же обусловлена тесной связью тургентской и туроператорской деятельности не только с управлением внутри коллектива в процессе создания турпродукта, но и с его непосредственной реализацией потребителю турпродукта, таким образом, вся система туристской деятельности опосредована общением и взаимодействием групп различного генеза. Менеджеры в области туризма, в силу характера своей деятельности, вступают в контакт с людьми разного возраста, пола, уровнем образования и индивидуальными психологическими характеристиками, поэтому социально-психологические характеристики менеджера туризма, а так же будущих специалистов данной области представляют собой один из первичных факторов экономического роста и успеха фирмы.

Для выявления общих тенденций развития социально-психологических характеристик личности, как нынешних менеджеров сферы туризма, так и их будущих коллег и формирования наиболее оптимизированной программы обучения, является целесообразным провести сравнительный анализ личностных качеств 102 менеджеров 38 турфирм города Астрахани и среди пяти экспериментальных групп студентов специализации «Социально-культурный сервис» общей численностью 128 человек от 19 до 21 года, на базе средних данных по тестированию социально-психологических характеристик в соответствии с 16-факторной методикой исследования личности Кеттелла [1, с. 199–242].

У обеих групп испытуемых выявлен высокий уровень коммуникативных качеств «А», проявляющихся в добродушности, открытости, готовности к сотрудничеству, естественности и непринужденности, тем не менее, уровень данного фактора у менеджеров несколько выше, данное обстоятельство может быть опосредованно характером выполняемой деятельности; уровень фактора «В» выявляет различия в интеллектуальном развитии исследуемых групп и говорит о менее развитом интеллекте студентов экспериментальных групп, данный факт может быть объяснен более высоким уровнем вербальной культуры и эрудицией менеджеров, а так же неполным развитием интеллектуального потенциала ввиду молодости испытуемых групп студентов; фактор «С» раскрывает эмоциональную нестабильность обеих исследуемых групп, что выражается в таких качествах как: пребывание под влиянием чувств, переменчивость, переменчивость в отношениях и неустойчивость в интересах, беспокойность и уклонение от ответственности, невротические симптомы, ипохондрия, утомляемость, однако уровень эмоциональной нестабильности групп студентов несколько выше, скорее всего это связано с неполностью сформировавшейся личностью последних; фактор «Е» раскрывает доминантные качества обеих групп, проявляющиеся во: властности, самоуверенности, независимости и т.д. нельзя полностью утверждать что данное качество может негативным образом повлиять на результат туристской деятельности, так как оно необходимо при убеждении клиента приобрести ту или иную услугу либо выбрать страну посещения, в данном случае упомянутая характеристика выступает как часть педагогического мастерства менеджера, необходимо отметить что уровень данного фактора у менеджеров выше чем у исследуемых групп студентов; фактор «F» раскрывает обе группы как достаточно импульсивные, данное качество проявляется в: беззаботности, восторженности, жизнерадостности, веселости, энергичности, экспрессивности и разговорчивости, что однозначно может трактоваться как позитивная черта при разговоре с клиентом турфирмы, уровень данного фактора у групп студентов несколько выше чем у менеджеров турфирм; уровень фактора «G» выявляет различия у исследуемых групп, низкий уровень фактора «G» у менеджеров говорит о слабости суперэго, что подразумевает: подверженность чувствам, несогласие с общепринятыми моральными нормами и стандартами, непостоянство, переменчивость, потворство своим желаниям, что имеет негативный оттенок при работе с людьми, тем не менее высокий уровень фактора «G» у исследуемых групп студентов говорит о силе суперэго, что предполагает такие качества, как высокая нормативность, сильный характер, добросовестность, уравновешенность, ответственность, что безусловно позитивно влияет как на производительность труда, так и на образ турфирмы в глазах общественности; фактор «H» раскрывает такое качество, свойственное обеим группам, как смелость, которая выражается в: предприимчивости, общительности, активности, добродушности, отсутствии скованности, артистических интересах и т.д., что безусловно является преимуществом в сфере деятельности, опосредованной общением, необходимо отметить более высокий уровень данного фактора у менеджеров турфирм; фактор «I» выявляет мягкосердечность обеих групп, проявляющуюся в: нежности, зависимости, стремлении к покровительству, неутомности, суетливости, навязчивости, ненадежности, ипохондрия и т.д., данная характеристика может негативно сказаться на результатах туристской деятельности, так же необходимо отметить что уровень данного фактора у исследуемых групп студентов несколько выше; характеристикой имеющей явно негативный оттенок является фактор «L» имеющий высокий показатель у обеих групп, он выражается как: ревнивость, завистливость, догматичность, подозрительность, тирания, раздражительность, эгоцентричность и т.д., в первую очередь данная черта может негативно сказаться на социально-психологическом климате коллектива, необходимо отметить довольно значительное превышение данного показателя у исследуемых групп студентов; так же обеим группам свойственна практичность выраженная фактором «M» который проявляется как: практичность, быстрота, решения практических вопросов, следование общепринятым нормам, надежность в практическом суждении, излишняя внимательность к мелочам, данная черта имеет позитивное воздействие на

качество туристской деятельности, ввиду специфики последней, связанной с необходимой точностью при оформлении выездных документов, а так же внимательностью к мелочам при выборе способа проезда, места проживания, качества питания, культурных факторов и т.д., что непосредственным образом влияет на удовлетворение клиента выбранным туром, следует отметить большее значение данной характеристики у исследуемых групп студентов; уровень проницательности у обеих групп, выражаемый фактором «N», находится несколько выше среднего показателя, что характеризуется как: хитрость, расчетливость, разумность, искушенность, изысканность, точность ума, эстетическая изощренность, чистоплотие и т.д., данная характеристика имеет позитивное значение при осуществлении туристской деятельности, так же следует отметить большой потенциал к последующему развитию данной характеристики, уровень данного фактора немного выше у исследуемой группы менеджеров, что может быть связано с необходимостью использования данной характеристики в повседневной работе менеджера; высокий показатель фактора «O» в обеих группах раскрывает такие качества как: чувство вины, наполненность страхом, тревогой и предчувствиями, самобичевание, обеспокоенность, депрессивность, подавленность, ранимость, суетливость, ипохондрия и т.д., что соотносится с факторами «C» и «I» данной классификации, что так же как и две предыдущих характеристики могут негативно сказаться на качестве оказываемых услуг, необходимо отметить превалирование уровня данной характеристики у исследуемых групп студентов; уровень фактора «Q1» показывает наличие такого качества как радикализм в обеих группах, проявляющийся в: экспериментаторстве, свободомыслии, информированности, терпимости к неудобствам, аналитичности мышления и т.д., следует отметить что данный фактор выше у менеджеров турфирм, наличие данного фактора имеет позитивный оттенок, так как позволяет эффективнее выполнять функции менеджера сферы туризма; фактор «Q2» выявляет различия в исследуемых группах, так менеджерам свойственна зависимость от группы, которая проявляется в: несамостоятельности, нужде в групповой поддержке, следование за общественным мнением, ориентации на социальное одобрение, и т.д. тем не менее следует отметить что уровень данного показателя лишь немного ниже среднего уровня и может быть ситуативно обусловленным, исследуемой группе студентов свойственна самодостаточность, которая проявляется в: групповой независимости, самостоятельности, находчивости, отсутствии потребности в поддержке других, что безусловно характеризует будущих менеджеров как самодостаточных индивидов; фактор «Q3» выявляет высокое самомнение обеих групп испытуемых, выражением которого является: самолюбие, точность, воля, действие по осознанному плану, доведение дела до конца, целенаправленность, принятие социальных норм, что является позитивной характеристикой для занятия туристской деятельностью, уровень данной характеристики у менеджеров несколько выше; фактор «Q4» показывает высокую напряженность обеих групп, которая проявляется в: собранности, энергичности, возбужденности, повышенной мотивации, активности, что подобно предыдущей характеристике является необходимым личностным качеством для эффективной туристской деятельности, уровень данной характеристики несколько выше у исследуемых групп студентов. Вторичные социально-психологические черты исследуемых групп раскрываются следующими четырьмя факторами. Фактор «F1» раскрывает высокую тревожность обеих групп, она проявляется в высоком уровне тревожности, плохой приспособляемости, неудовлетворенности достигнутым, данная характеристика соотносится с факторами «C», «I» и «O», представленными выше, так же необходимо отметить что уровень данной характеристики выше у исследуемых групп студентов; фактор «F2» раскрывает экстравертность обеих исследуемых групп что проявляется в хороших навыках установления и поддержания социальных контактов, что выступает крайне позитивной характеристикой в деятельности, непосредственно связанной с общением, надо отметить что уровень данной характеристики выше у менеджеров турфирм; фактор «F3» раскрывает высокий уровень сензитивности в обеих группах, который проявляется в: хрупкой эмоциональности, чувствительности к тонкостям, спокойствию, вежливости, уровень

данной характеристики несколько выше у исследуемых групп студентов; фактор «F4» выявляет конформность обеих групп, проявляющийся в: подчинении, зависимости, пассивности, сдержанности, потребности в поддержке, склонности ориентации на групповые нормы, необходимо отметить что данная личностная характеристика может не позволить представителям обеих групп принимать быстрые решения в непредвиденных нестандартных ситуациях, не позволяя полностью использовать свой личностный потенциал ввиду пассивности и сдержанности, уровень данной характеристики превалирует у исследуемых менеджеров турфирм.

На базе проведенного анализа, можно сделать вывод о довольно высоких показателях факторов, раскрывающих необходимые социально-психологические характеристики для эффективной работы в сфере туристского бизнеса в обеих исследуемых группах, тем не менее целесообразно раскрыть специфику каждой из них. Социально-психологическими факторами, позитивно влияющими на эффективность туристской деятельности в обеих исследуемых группах, являются: «А» общительность, «Е» доминирование, «F» импульсивность, «Н» смелость, «М» практичность, «N» проницательность, «Q1» радикализм, «Q3» высокое самомнение, «Q4» высокая напряженность, «F2» экстравертность, следует подчеркнуть что данные качества имеют не абсолютные показатели, таким образом имея большой потенциал дальнейшего развития. Социально-психологическими факторами, негативно влияющими на эффективность туристской деятельности в обеих исследуемых группах являются: «С» эмоциональная нестабильность, «I» мягкосердечность, «L» подозрительность, «О» тревожность, «F1» высокая тревожность, «F3» сензитивность, «F4» конформность. Факторами являющимися специфическими для каждой из исследуемых групп выступают: разрыв в показателях фактора «В», показывающий уровень интеллектуального развития выше среднего у менеджеров турфирм и низкий уровень у исследуемых групп студентов; разрыв в показателях фактора «G», показывает слабость супер эго у менеджеров турфирм и силу супер эго у исследуемых групп студентов; разрыв в показателях фактора «Q2», показывает зависимость от группы у менеджеров турфирм и самодостаточность у исследуемых групп студентов. Представленные данные будут учтены при формировании программы подготовки студентов к управлению в туристском бизнесе.

Раскрытый потенциал дальнейшего развития социально-психологических характеристик личности менеджеров сферы туризма и студентов специализации «Социально-культурный сервис», а так же раскрытие негативных черт исследуемых групп, выявляет необходимость в формировании соответствующей программы обучения студентов и переобучения работающих специалистов сферы туризма, примером подобной программы может служить курс обучения, созданный в рамках данного исследования.

Список литературы

1. Римская Р. Практическая психология в тестах, или Как научиться понимать себя и других / Р. Римская, С. Римский. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2003.

References

1. Rimskaĵa R., Rimskij S. Praktičeskaja psihologija v testah, ili Kak nauchit'sja poni-mat' sebja i drugih. – M. : AST-PRESS KNIGA, 2003.

К ВОПРОСУ О ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ: ИСТОРИКО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Прохорова Татьяна Николаевна, доктор педагогических наук, профессор, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а.

Плахова Наталья Геннадиевна, кандидат педагогических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а.

Веденькина Марина Васильевна, кандидат педагогических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а.

На современном этапе развития российского общества вопросы воспитания подрастающего поколения актуальны. Каждому педагогу в процессе осуществления педагогической деятельности необходимо помнить о том, что развитие человека и его воспитание подчиняются определенным законам. Квантовая физика, раскрывая роль взаимоотношений в мировых процессах и их познании, может изменить понимание педагогами роли воспитания в них, побудить к переосмыслению его форм и методов, обосновать значимость положений традиционной культуры для современного человека и необходимость их сопряжения с личным опытом понимания мира как Целого, убедить в необходимости перехода от закрытого типа воспитания к открытому.

Ключевые слова: воспитательная работа в школе, факторы воспитания и развития ребенка, природосообразный и культуросообразный принципы воспитания школьников, мировоззренческая позиция учащихся, закрытый тип воспитания, открытый тип воспитания, эстетическое воспитание.

TO THE PROBLEM ON EDUCATIONAL WORK AT MODERN SCHOOL: HISTORICAL-PHILOSOPHICAL ASPECT

Prokhorov Tatyana N., doctor of pedagogical sciences, professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, Tatischev St., 20a.

Plakhova Natalia G., candidate of pedagogical sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, Tatischev St., 20a.

Vedenkina Marina V., candidate of pedagogical sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, Tatischev St., 20a.

At the present stage of development of the Russian society of the upbringing of the younger generation are relevant. Each teacher in the process of implementation of the pedagogical activity, it must be remembered that human development and education is subject to certain laws. Quantum physics, revealing the role of relationships in world processes and knowledge can change the understanding of the role of teachers in education, encourage them to rethink its forms and methods, substantiate the significance of traditional culture to modern man and the need for their pairing with personal experience of understanding the world as a whole, persuaded to move from closed to open education.

Key words: educational work in schools, education and child development, prirodosoobraznyj and kul'turosoobraznyj the principles of education of schoolchildren, students, our position private education, public education and aesthetic education.

На современном этапе развития российского общества вопросы воспитания подрастающего поколения остаются актуальными. В одном из основополагающих государственных документов, утверждаемом федеральным законом и устанавливающим приоритет образования в государственной политике, стратегию и основные направления его развития, определены цели воспитания и обучения, пути их достижения посредством государственной политики в области образования, ожидаемые результаты развития системы образования на период до 2025 г., отмечается, что пе-