

Редькина Татьяна Алексеевна

магистрант

Коростелева Наталья Александровна

канд. пед. наук, доцент

АНОО ВО ЦРФ «Сибирский университет

потребительской кооперации»

г. Новосибирск, Новосибирская область

ОСОБЕННОСТИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в работе рассматривается мнение сотрудников туристической фирмы о причинах возникновения конфликтных ситуаций в работе с клиентами, о функциях и специфике конфликтов как социального явления. Особый акцент авторами делается на конфликты в сфере туристического бизнеса, которые не всегда являются негативным явлением и могут выполнять и полезные функции.

Ключевые слова: конфликт, клиент, туристическая организация, конфликтология, психология.

В настоящее время туризм представляет собой такую сферу услуг, в основе которой лежит процесс общения людей между собой. В сущности, успешность любого туристического предприятия зависит от характера взаимоотношений между людьми: руководителями и их подчиненными, менеджерами по туризму и поставщиками услуг, сотрудниками туристической фирмы и ее клиентами.

Социально- психологические аспекты, связанные с природой возникновения конфликтных ситуаций рассматривались в работах таких ученых, как Н.В. Гришина, О.Н. Громова, Н.Ф. Вишнякова, А.В. Мудрик и др. [1]. Вместе с тем, следует отметить, что исследований, связанных с вопросами изучения специфики возникновения конфликтов в сфере туризма немного, и данная про-

блема недостаточно разработана. В связи с этим целью нашего исследования являлось выявление особенностей возникновения конфликтов в туристической организации и изучение мнений ее сотрудников о функциях и роли конфликтов в их профессиональной деятельности.

Термин «конфликт» имеет множество определений, так как конфликт – явление повсеместное и постоянное, многогранное и полифункциональное. Следует отметить, что в практической деятельности конфликт, прежде всего, рассматривается, как негативное явление, а его отсутствие – как позитивное. Анализ различных трактовок понятия «конфликт» и его содержательных сторон привел нас к заключению, что конфликт бывает, как функциональным, так и дисфункциональным, в зависимости от социальной структуры, в которой он возникает [2]. Среди главных причин возникновения конфликтов в туристической деятельности между туристической фирмой и ее клиентами можно выделить следующие: неверное или неполное информирование туристов об особенностях предстоящей туристической поездки; низкое качество предлагаемых туристских услуг; негативное восприятие качества туристской услуги клиентом.

Специфику конфликтов в туристической деятельности мы изучали на примере конкретной туристической организации, в качестве которой выступает туристическая фирма «Карлыгаш» г. Караганды, которая более 20 лет успешно работает на рынке туристских услуг Республики Казахстан. Кадровый состав турфирмы насчитывает 12 человек. Спектр услуг, оказываемых турфирмой достаточно широк: организация и продажа туров, как по Казахстану, так и за его пределами, оформление выездных документов, содействие в оформлении виз, бронирование гостиничных номеров, бронирование и продажа авиабилетов по всем направлениям и т. д.

В соответствии с поставленными задачами исследования для изучения основных функций и причин возникновения конфликтов в туристической деятельности, а также их специфики была разработана анкета для сотрудников фирмы. Спектр представленных в анкете мнений, относительно тех или иных проблем,

связанных с конфликтами, и дал возможность выявить, насколько сами респонденты знакомы со спецификой изучаемой проблемы.

Результаты анкетирования говорят о том, что 67% персонала фирмы считают, что их клиентам всегда (или почти всегда) нравится сотрудничать с ними. Одна треть (4 чел.) опрошенных считают, довольные и недовольные услугами фирмы клиенты встречаются приблизительно в равном количестве. При оценке комфортности условий ведения приема клиентов в турфирме, сотрудники преимущественно отнесли ее к среднему (50% персонала) и высокому (33%) уровню. Лишь 2 человека (17%) считают, что прием посетителей не продуман и затрудняет процесс общения с ними.

Ответы респондентов на следующий вопрос анкеты позволили нам проанализировать умение персонала фирмы видеть свои слабые и сильные стороны в общении с клиентами. Результаты анкетирования указывают на то, что лишь третья часть работников (4 чел.) регулярно интересуются мнением клиентов для улучшения качества их обслуживания. Менее половины (42%) сотрудников иногда, а некоторые (25%) лишь в редких случаях интересуются устными и письменными отзывами и предложениями клиентов. Отметим, что среди респондентов отсутствуют те, которые абсолютно не интересуются мнением клиентов о качестве получаемых ими туристических услуг.

Большая часть сотрудников турфирмы (75%) утверждают, что клиентам всегда предоставляется полная справочная информация по оказанию той или иной туристической услуги, а остальные 25% считают, что для этого нет постоянной необходимости, например при осуществлении клиентом повторной поездки на один и тот же курорт, регулярные паломнические туры и т. д.

Участники анкетирования на основе самооценки и самоанализа выделили следующие собственные сильные стороны в умении работать с клиентами: «умение выслушать собеседника», «индивидуальный подход к каждому клиенту», «знание основ психологии общения», «владение техникой успешных деловых переговоров» и т. д. В качестве слабых сторон сотрудниками были определены: «неумение убеждать клиента в своей точке зрения», «небольшой опыт в работе

с клиентами», «ориентация в беседе с клиентом на собственные ценности и интересы», «низкий уровень толерантности к собеседнику» и т. д.

Следующая часть анкеты была направлена на изучение взглядов и позиций сотрудников турфирмы на значение и роль конфликтов в их профессиональной деятельности, т.е., на их понимание функций и последствий конфликтов. Содержательные характеристики большинства (75%) трактовок понятия «конфликт», данные сотрудниками турфирмы свидетельствуют о том, что конфликтные ситуации негативно сказываются на их психологическом состоянии и работоспособности, что в свою очередь снижает эффективность работы всего предприятия. Большинство респондентов ассоциируют конфликт с такими понятиями как: «разногласие», «ссора», «противоборство», «скандал», «столкновение» и т. д. Малая часть работников фирмы (17%) считают, что конфликт в туристической деятельности – «... это объективная ситуация, обусловленная потребностью общества в усилении конкурентной позиции на рынке туризма и потребностью в личностной самореализации туристов и турфирм». Лишь один из опрошенных респондентов (8%) высказал мнение о том, что конфликт является «жизненным эпизодом, который сопровождается в последствие совершенствованием знаний, умений и навыков в профессиональной сфере».

Ответы респондентов относительно функций и последствий конфликтов в их профессиональной деятельности, свидетельствуют о том, что треть трудового коллектива турфирмы убеждена в том, что конфликты несут в себе только отрицательные функции. Более половины сотрудников (58%) считают конфликт неотъемлемой частью человеческих взаимоотношений, которая выполняет как отрицательные, так и положительные функции. Кроме того, один из опрошенных согласился с утверждением о том, что любой конфликт является прогрессивным явлением в сфере общения (рис. 1). Среди позитивных функциональных последствий конфликтов в туристической деятельности 33% сотрудников выделили: появление возможности для менеджера по туризму выявить слабые стороны своей работы и сформировать объективное представление о возможном поведении партнеров по бизнесу в конфликтных ситуациях.

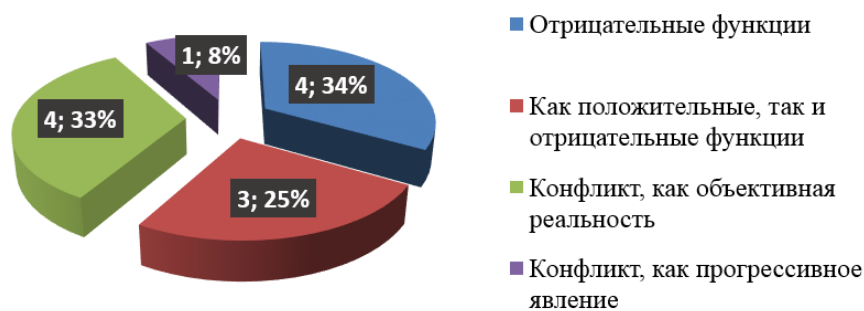


Рис. 1. Функции конфликтов (мнение сотрудников турфирмы)

Четверть персонала (3 чел.) уверены, что произошедшие конфликты помогут туристической фирме избежать их в подобных ситуациях в будущем. Было также высказано мнение (8% опрошенных) о том, конфликты могут стать очень выгодным и действенным средством повышения интереса потенциальных потребителей к туристическому предприятию или предлагаемой им туристской услуге (антиреклама).

Таким образом, можно констатировать, что в большинстве своем сотрудники турфирмы «Карлыгаш» осознают, что конфликты в сфере туристического бизнеса не всегда являются негативным явлением и могут выполнять и полезные функции. Можно сделать вывод о том, что в работе современного туристического предприятия встречаются различные типы конфликтов, вызванные различной природой их возникновения (причинами), от рационального разрешения которых, зависит успешное функционирование всей туристической организации в целом.

Список литературы

1. Анцупов А.Я. Конфликтология: учебник для вузов / А.Я. Анцупов. – М.: Юнити, 2001. – 551 с.
2. Кошелев А.Н. Конфликты в организации: виды, назначение, способы управления / А.Н. Кошелев, Н.Н. Иванникова. – М., 2007. – 284 с. – EDN QXPPVJ