

**МОТИВАЦИОННО-РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЙ КОМПОНЕНТ  
КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ОФИЦИАНТОВ****Панина Е. А.**

*В статье изложены результаты исследования содержания мотивационно-результатирующего компонента конкурентной стратегии у официантов. Определены и обозначены компоненты конкурентной стратегии и ее типов у официантов. Раскрыты особенности мотивов конкуренции, достижения, профессиональной деятельности у официантов в связи с типами их конкурентных стратегий.*

**Ключевые слова:** конкурентная стратегия, мотивационно-результатирующий компонент.

За последние 10 лет сфера постсоветского общепита не только значительно расширилась по числу предприятий, но и утвердила свои позиции в сфере экономики. В наше время поход в ресторан воспринимается как неотъемлемая часть жизни почти каждого человека. Рестораторы, опираясь на потребности гостей, создают новые форматы заведений: кофейни, гриль-бары, гастропабы, диннер румы и т. д. Конкуренция между объектами постсоветского общепита в масштабе нашей страны растет. В научной литературе в центре внимания авторов оказываются различные факторы, напрямую влияющие на поддержание экономической конкурентоспособности предприятия: бухгалтерский учет, налогообложения, себестоимость, ценообразование, отчетность, маркетинг, менеджмент (В. В. Бородина, Ю. А. Григорьев, Ю. А. Лукаш, Ф. Лоусан, Б. Марвин, А. Г. Мордухович, В. В. Неверко, Е. В. Орлова, В. В. Токмаков, К. Хаксевер). Однако исследований психологических аспектов конкурентной деятельности специалистов ресторанного бизнеса, в частности, официантов явно не достаточно. Ведь именно официанты взаимодействуют с гостем и качество их взаимодействия напрямую влияет на денежный оборот заведения. Следовательно, конкурентоспособность отдельного ресторана зависит от уровня конкурентоспособности официанта как субъекта деятельности по отношению к гостю как предмету деятельности. Л. М. Митина определила конкурентоспособность личности как способность предвидеть, обновляться и использовать все возможности для развития [5]. Конкурентоспособность личности преобразуется в конкурентную стратегию при наличии целенаправленных действий. Понятие «конкурентная стратегия», рожденное экономической наукой, определяется как комплексный план

действий субъекта (главным образом, отрасли, корпорации, фирмы, вуза и т. д.) на рынке относительно конкурентов [2]. Мы трактуем понятие «конкурентная стратегия» в профессиональной деятельности как иницированную личностью в этой деятельности ее сознательную активность для достижения индивидуальных желаемых позиций в условиях соперничества с другими официантами, претендующими на достижение этих же позиций.

В результате теоретического анализа междисциплинарных подходов к установлению типов конкурентных стратегий мы акцентировали внимание на трех их типах: *приспособленческий, обеспечивающий и инновационный* [1]. В экономической литературе эти типы представлены на базе соответствующих комплексов поведенческих характеристик субъектов стратегий.

*Приспособленческому* типу конкурентной стратегии свойственна направленность ее субъектов на физиологическое выживание и быстрое копирование ярких достижений конкурентов. Попытки субъектов действовать на опережение конкурентов единичны. *Обеспечивающий* тип конкурентной стратегии заключается в направленности ее субъектов на сохранение и стабилизацию достигнутых позиций. Попытки опережения конкурентов предпринимаются субъектом с целью предупредить возможные изменения собственных позиций. При *инновационном* типе конкурентной стратегии действия субъектов направлены на создание и привнесение нового для обеспечения превосходства над соперниками.

Для определения типов конкурентных стратегий мы разработали дифференцирующие их критерии-признаки в соответствии со спецификой профессиональной деятельности официанта. К этим

критериям относятся: качество деятельности, надежность деятельности, материальные блага, чаевые, лидерство, лучшее место работы и демонстрация индивидуальных возможностей. Конкретное содержание указанных критериев представлено в Таблице 1. По результатам экспертных оценок выраженности (доминирование) этих критериев у официантов были эмпирически выделены типы конкурентных стратегий. В качестве экспертов выступали три ресторатора и два администратора ресторанов.

Строение каждого из типов конкурентной стратегии многокомпонентно. Нами были выделены следующие компоненты конкурентной стратегии официантов: мотивационно-результатирующий, когнитивный (знания о требованиях работодателя, коллег и гостей, о собственных возможностях) и операциональный (целенаправленные действия). Мотивационно-результатирующий компонент является ведущим, т. к. именно он ориентирует субъекта на получение необходимых знаний для реализации конкуренции и определяет смысловую специфику деятельности, паттерны поведения, направленные на достижение результата. Содержание мотивационно-результатирующего компонента включает мотивы кон-

куренции, мотивы профессиональной деятельности официанта, выраженность результатов конкурентного поведения, зафиксированных внешним наблюдателем, и выраженность мотивации достижений. Именно содержание мотивационно-результатирующего компонента эмпирически изучено и обсуждается в данной статье.

**Целью** настоящего исследования является установление содержания мотивационно-результатирующего компонента разных типов конкурентных стратегий у официантов – мужчин и женщин. **Объектом исследования** выступили 120 официантов (83 женщины, 37 мужчин), работающих в ресторанах, кафе, барах и клубах г. Ростова-на-Дону. **Методы исследования:** анкетирование (авторская анкета С. Т. Джанерьян, Е. А. Панина), тестирование (методики: «Диагностика мотивационной структуры личности» В. Э. Мильмана, шкала мотивации достижения «Диагностики мотиваторов социально-психологической активности личности» Н. П. Фетискина, В. В. Козлова), метод экспертных оценок выраженности признаков конкурентного поведения, методы непараметрической статистики (критерии Фридмана, Уилкоксона, Спирмена), процедура квартилирования [4, 7].

Таблица 1

**Критерии-признаки для выделения типов конкурентных стратегий**

Типы стратегий Критерии-признаки	Адаптивно-потребительская	Профессионально-карьерное плато	Инновационная
Качество деятельности	Взаимодействую с гостями привычным способом: принял заказ – подал заказ.	Обслуживаю гостей так, чтобы они становились моими постоянными клиентами.	Узнаю новые тенденции обслуживания в ресторанном деле и проверяю их на практике.
Надежность деятельности	Обслуживаю гостей по необходимости.	Сохраняю свой уровень обслуживания, несмотря ни на что.	Ищу эффективные способы работы (минимум усилий – максимум результат).
Материальные блага	Приспосабливаюсь, как могу, к требованиям начальства.	Стараюсь не конфликтовать с начальством.	Предлагаю начальству интересные идеи по улучшению ресторана.
Чаевые	Не установлены по этическим соображениям.		
Лидерство	Предпочитаю быть как все, не высовываться.	Поддерживаю хорошую репутацию среди коллег.	Проявляю свою готовность к взаимопомощи и взаимовыручке с коллегами.
Лучшее место работы	Приспосабливаюсь к данному месту работы.	Сохраняю условия моей работы.	Часто просматриваю свободные вакансии в других ресторанах.
Демонстрация индивидуальных возможностей	Перенимаю манеру обслуживания у преуспевающих коллег.	Не выхожу за рамки моей профессиональной роли.	Мне нравится привносить свой стиль в обслуживание.

Для изучения мотивов конкуренции использовался список мотивов, постулируемых А. Маслоу [3]. Данные мотивы: физиологический или жизнеобеспечения, безопасности, уважения, принадлежности к группе и самоактуализации – реализуются в различных сферах жизнедеятельности (в том числе, в профессиональной деятельности). В соответствии с методикой В. Э. Мильмана анализировался рабочий (по терминологии автора методики) мотив, представленный в двух формах: идеальная форма как устремление личности и реальная форма как реали-

зуемый в поведении мотив. Наличие позиционного и содержательного сходства конкретных мотивов в общей структуре мотивации субъектов, выявленное одновременно по данным оценок конкурентных мотивов и данным тестовой методики («Диагностика мотивационной структуры личности» В. Э. Мильмана) принималось за показатель согласованности мотивов. По результатам квартилирования показателей мотивации достижения был установлен показатель – низкий, умеренный (ниже среднего и выше среднего), высокий – затрачиваемых усилий и на-

мерений респондентов вкладываться в достижение желаемого. При расчете общей оценки выраженности конкурентного поведения принимались во внимание экспертные оценки весов каждого из критериев в общей структуре конкурентного поведения, экспертные оценки индивидуальной (у каждого официанта) выраженности каждого из критериев ( $p < 0,5$ ). Сумма произведений указанных оценок дала показатель – низкий, умеренный (ниже среднего, выше среднего), высокий – выраженности конкурентного поведения у каждого из официантов (табл. 2).

В результате проведенного эмпирического исследования были выделены четыре типа конкурентных стратегий. Первые три типа конкурентной стратегии предварительно названы нами как *адаптивно-потребительская*, *стратегия «профессионально-карьерного плато»* и *инновационная*. Данные типы конкурентных стратегий содержательно совпадают

с рассмотренными нами ранее: приспособленческий, обеспечивающий и инновационный – типами конкурентной стратегии. Четвертый тип конкурентной стратегии – *ситуативный* – включает единичные ситуативные поведенческие проявления каждого из трех выше рассмотренных типов стратегий.

Предварительно отметим, что для каждого из типов конкурентных стратегий официантов и вне зависимости от их пола, за исключением официантов, реализующих инновационную конкурентную стратегию, ведущим мотивом конкуренции является мотив «жизнеобеспечение», что позволяет наблюдателю приблизиться к пониманию целей и результатов конкурентного поведения, отраженных в житейском высказывании «живые деньги в работе официанта». Далее мы подробно рассмотрим содержание мотивационно-результатирующего компонента для каждого из типов конкурентной стратегии.

Таблица 2

**Выраженность конкурентного поведения и мотивации достижений**

Тип стратегии	Пол	Адаптивно-потребительская	Профессионально-карьерное плато	Инновационная	Ситуативная
Выраженность конкурентного поведения	муж	Низкая и выше среднего	Высокая и выше среднего	Высокая и выше среднего	Низкая и ниже среднего
	жен	Высокая и выше среднего	Высокая и выше среднего	Любая	
Выраженность мотивации достижений	муж	Низкая и умеренная	Высокая	Высокая и умеренная	Низкая
	жен	Низкая и умеренная	Высокая	Любая	

*Адаптивно-потребительская стратегия.* Для мужчин установлены ведущие результаты конкурентного поведения: надежность деятельности и демонстрация индивидуальных возможностей. Ведущим мотивом конкуренции для мужчин является «жизнеобеспечение», что отражает их стремление к физиологически комфортной жизни. Установленный аналогичный по содержанию рабочий мотив (реальная форма) позволяет установить согласованность у мужчин рабочего и мотива конкуренции на фоне низкой и умеренной мотивации достижений и низкой и выше средней выраженности конкурентного поведения.

Для женщин ведущим результатом конкурентного поведения является демонстрация индивидуальных возможностей, а мотивами конкуренции – «жизнеобеспечение» и «уважение» на фоне низкой и умеренной мотивации достижений и высокой и выше средней выраженности конкурентного поведения. Ведущие рабочие мотивы представлены мотивами «жизнеобеспечение» и «общение» (в реальной форме). Выявленное содержательное сходство мотивов конкуренции и рабочих мотивов указывает на их согласованность. Высокие оценки мотива конкуренции «жизнеобеспечение» соответствуют осуществлению поведения, обеспечивающего комфортные

материальные условия. Высоко оцененный мотив конкуренции «уважение» указывает на стремление женщин к общению в работе.

Итак, ведущий мотив конкуренции «жизнеобеспечение» у мужчин и женщин содержательно сходен, являясь согласованным с ведущим рабочим мотивом, однако мотивы конкуренции женщин содержательно более разнообразны. Результаты конкурентного поведения у мужчин и женщин содержательно сходны, однако результаты мужчин более разнообразны. Данная адаптивно-потребительская стратегия характеризуется низкой и умеренной мотивацией достижений вне зависимости от пола официантов. Однако выраженность конкурентного поведения у женщин является по большей части высокой, в то время как у мужчин – низкой.

*Стратегия «профессионально-карьерного плато».* Ведущим результатом конкурентного поведения у мужчин является «материальные блага». Ведущим мотивом конкуренции является «жизнеобеспечение», а ведущий рабочий мотив также представлен мотивом «жизнеобеспечение» (в идеальной и реальной формах), что указывает на согласованность мотива конкуренции и рабочего мотива. Высокие оценки мотива конкуренции «жизнеобеспечение» соответ-

ствуют уже созданным самим официантом в ходе деятельности комфорту и стабильности рабочих условий на фоне высокой мотивации достижений и высокой и выше средней выраженности конкурентного поведения. Иными словами, мужчины создали необходимый уровень материальных доходов и ориентированы на его поддержание во временной перспективе с готовностью к конкуренции.

У женщин ведущими результатами конкурентного поведения являются лидерство, материальные блага и демонстрация индивидуальных возможностей. У женщин данной стратегии ведущими мотивами конкуренции являются мотивы «жизнеобеспечение» и «уважение», в то время как ведущими рабочими мотивами представлены мотивы «жизнеобеспечение», «общение» (в реальной форме). Содержательное сходство мотивов конкуренции и рабочих мотивов указывает на их согласованность. Женщины активно нацелены на получение признания от окружающих и на материальный заработок.

У мужчин и у женщин выраженность мотивации достижений является высокой, а выраженность конкурентного поведения – выше средней и высокой, что говорит о значительных психологических и физических их вкладах в собственную конкурентную стратегию. Несмотря на содержательное сходство ведущего мотива конкуренции «жизнеобеспечение» у мужчин и женщин, мотивы конкуренции женщин в целом более разнообразны.

*Инновационная стратегия.* Для мужчин установлены ведущие результаты конкурентного поведения: лидерство и чаевые. Ведущим мотивом конкуренции является мотив «уважение», в то время как ведущим рабочим мотивом – мотив «общение» в реальной форме. Основываясь на сходном содержательном описании данных мотивов, была установлена их согласованность. При этом выраженность мотивации достижений мужчин является умеренной и высокой, а выраженность конкурентного поведения – высокой и выше средней.

Для женщин установлены следующие ведущие результаты конкурентного поведения: материальные блага, лидерство и демонстрация индивидуальных возможностей. Ведущим мотивом конкуренции является «самоактуализация», а ведущим рабочим мотивом в идеальной форме – «творчество», что указывает на согласованность мотивов конкуренции и рабочих мотивов. Выраженность как мотивации достижений, так и конкурентного поведения у женщин установлена как высокая, так и низкая в обоих случаях.

Итак, ведущие мотивы конкуренции различны на фоне высокой и умеренной мотивации достижений у мужчин и полярной, т. е. высокой либо низкой, у женщин.

*Ситуативная стратегия.* Ведущие результаты конкурентного поведения представлены

лидерством и поиском лучшего места работы. Ведущими мотивами конкуренции являются мотивы «жизнеобеспечение», «безопасность» и «самоактуализация». Высоко оцененные рабочие мотивы «жизнеобеспечение» (в реальной и идеальной формах), комфорт (реальная форма) и творчество (идеальная форма) указывают на согласованность мотивов конкуренции и рабочих мотивов. Данная стратегия представлена исключительно у женщин, демонстрирующих низкую выраженностью мотивации достижений и низкую выраженность конкурентного поведения.

#### **Выводы**

1. Содержание мотивационно-результатирующего компонента каждого из типов конкурентных стратегий вне зависимости от пола официантов сходно только по наличию ведущего мотива конкуренции «жизнеобеспечение», согласованного с ведущими рабочими мотивами, за исключением официантов, демонстрирующих инновационную конкурентную стратегию.
2. Вне зависимости от типа конкурентной стратегии содержание мотивов конкуренции у женщин более разнообразно, чем у мужчин.
3. Различия в содержании мотивационно-результатирующего компонента конкурентной стратегии обусловлены типом последней и проявляются в содержании результатов конкуренции, выраженности мотивации достижений и выраженности конкурентного поведения официантов.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Большая актуальная политическая энциклопедия / Под общ. ред. А. Белякова и О. Матвейчева. – М.: Эксмо, 2009.
2. Дондоков С. Б. Недобросовестное поведение вузов в образовательных отношениях: причины и меры противодействия // Вопросы экономики и права. – 2010. – № 12.
3. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009.
4. Мильман В. Э. Метод изучения мотивационной сферы личности // Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. – М., 1990. – С. 6–11.
5. Митина Л. М. Психология развития конкурентоспособной личности. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2002.
6. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007.
7. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002.