

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2017; 6(195): 11-18

УДК 338.486:005.32

JEL classification: D23; L83; M14

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2017/195-6/2>

А. Крупский, канд. психол. наук, доц.,

В. Редько, канд. экон. наук, доц.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Днепр, Украина

## ВЛИЯНИЕ КОГНИТИВНОГО СТИЛЯ РАБОТНИКОВ НА РЕЗУЛЬТАТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Рассмотрен эмоциональный труд как процесс, характеризующийся особенностями работы в туристической сфере. Предложено 16 составляющих элементов эмоционального труда на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства, проанализировано их влияние на отдельные экономические (благополучие сотрудников, производительность, текучесть кадров) и психологические (уровень стресса, степень приверженности компании и удовлетворения от работы) показатели с точки зрения когнитивных особенностей персонала и выбранных им эмоциональных стратегий поведения. Обосновано влияние когнитивной компоненты личности работника на качество предоставляемого сервиса.*

**Ключевые слова:** туризм и гостеприимство; эмоциональный труд; организационная культура; когнитивный стиль; туристическое предприятие.

**Постановка проблемы.** Глобальное социально-экономическое значение туризма подтверждается ежегодным увеличением количества туристических путешествий. Так, число международных туристических прибытий в мире в 2016 г. увеличилось на 3,9 % (1235 млн чел) по сравнению с 2015 г., а прогнозируемый их рост в 2017 г. составит 4,5 %. Прямой вклад туризма в мировую экономику в 2016 г. достиг 2306 млрд дол. США, что обеспечило 3,1 % от мирового ВВП, а среднегодовой прогнозируемый прирост за 2017–2027 гг. запланирован на уровне 4 % [1, с. 1].

Рост экономических показателей развития мирового туризма свидетельствует о его инвестиционной привлекательности (4,4 % международных инвестиций в 2016 г.) и расширении туристической инфраструктуры, что обеспечивает ежегодный прирост занятости в туризме и сопряженных с ней отраслях. По данным ЮНВТО, в 2016 г. каждое 10 рабочее место в мире было связано с организацией и обслуживанием туристических потоков, а непосредственно в сфере туризме занято 108,7 млн чел. Прогнозируемый прирост этого показателя в 2017 г. составит 2,1 %, а к 2027 г. – 4 % всей мировой занятости [1, с. 1].

Стоит отметить, что устойчивое увеличение численности персонала, занятого в туристической индустрии, не решает проблем, связанных с качеством обслуживания в дестинациях и офисах туристических предприятий. Одной из важных проблем остается

высокая текучесть кадров [2, с. 166], что свидетельствует о неудовлетворенности персонала работой, низкой мотивации, высоком эмоциональном напряжении и постоянных стрессах. Следствием этого являются случаи некорректного поведения персонала, как с клиентами, так и с членами коллектива, увеличение числа конфликтов и формальный подход к обслуживанию клиентов. Эмоциональная неуравновешенность сотрудников становится одной из основных причин некачественного сервиса, о котором так много отзывов на туристических платформах в интернете и социальных сетях. Сложности эмоционального труда (ЭТ), его плюсы и минусы в туристической индустрии, возможности количественного измерения и влияния на результаты работы предприятий привлекают внимание ученых в области экономики, маркетинга и психологии.

### **Анализ последних исследований и публикаций.**

Несмотря на то, что выражению чувств уделяется значительное внимание в различных областях исследований, до недавнего времени оно (выражение чувств сотрудниками предприятий) практически игнорировалось в литературе по менеджменту, поскольку организации рассматривались как "машины, лишённые эмоций" [3, с. 9–10]. Однако в условиях клиентоориентированной экономики и острой конкуренции в туристической индустрии проблемам предоставления качественного сервиса и улучшения обслуживания уделяется достаточно внимания. Многочисленные отзывы туристов в

сети Internet, удовлетворенность сотрудничеством производителей туристических услуг и посредников, привлекают внимание ученых к проблемам зависимости эффективности работы предприятия от когнитивного стиля персонала и проявляемых им на рабочем месте эмоций. Так, Чу К.Х.-Л. и Мурман С.К. [4] сделана попытка количественной оценки восприятия эмоционального труда персоналом на предприятиях гостиничного хозяйства на основе дискриминантной функции, которая учитывает 19 показателей [4]. Халтман Й. и Седерхольм Э.А. [5], абстрагировавшись от экономических мотивов ведения деятельности, сконцентрировали внимание на эмоциональной, пространственной и временной дистанции между принимающей стороной и гостями (так называемой "коммерческой дружбе") и пришли к выводу, что роль последней в научной базе явно недооценена [5].

Тан Ч., Сил К.Р., Науман С.Е., Мигель К. [6] выяснили, что сотрудники, которые реально проникаются позитивным настроением (*deep acting*, "глубокое проникновение", *DA*), а не имитируют его (*surface acting*, "поверхностное действие", *SA*) с большей вероятностью могут склонить потенциального клиента к осуществлению покупки за счет упрощения процесса принятия соответствующего решения последним [6, с. 50–57]. Аналогичные результаты получены Хёр У.-М., Мун Т.У., Юнг Й.С. [7, pp. 71–80], которые показали взаимосвязь между эмоциональными стратегиями и степенью удовлетворенности потребителя (СУП). Теснота такой связи зависит от положительной оценки персоналом своей работы и степени удовлетворенности потребителя, на которую оказывают влияние реальный позитивный настрой или его имитация менеджером [7].

В своей научной работе Чу Кэй [8] пришла к целому ряду интересных выводов. Во-первых, положительная связь *DA* с удовлетворением от работы (*УР*) и отрицательная – с эмоциональным источником. Во-вторых, обратная зависимость между уровнями позитивного настроения и необходимостью скрывать истинные чувства (эмоциональный диссонанс), а также между производственными результатами и "подлинным действием" (*genuine acting*, *GA*) имеет место при совпадении испытываемых переживаний с выражаемыми и прописанными в кодексе поведения. В-третьих, факт того, что для достижения одной и той же цели "оптимисту" приходится затрачивать гораздо меньше усилий, чем коллеге-"пессимисту". В-четвертых, выявлено, что повышение риска "эмоционального заражения" приводит к интенсификации прилагаемых усилий для выполнения работы, что влечет за собой снижение угрозы выгорания. В-пятых, успешное принятие/воплощение *DA* сопровождается усилением ощущения естественности поведения и принадлежности к команде [8].

Шоброк Дж. и Джонс Дж. [9, pp. 163–183] доказали, что выражение/подавление чувств может иметь определенное негативное влияние на состояние физического здоровья сотрудника. Такое влияние усиливается, когда сотрудники идентифицируют себя как исполнителя определенной роли в организации и/или вынуждены "загонять" свои эмоциональные проявления в социальные рамки [9].

В соответствии с точкой зрения Лу Ч. Дж., Ши Й.-Й. и Чен Й.-Л. [2, pp. 165–176], сотрудники осознают, что должны определенным образом контролировать выплеск своих эмоций и демонстрировать стиль поведения, соответствующий организационной культуре (ОК). Учеными определено, что эмоциональный труд может существенно повысить эффективность деятельности предприятия и уровень удовлетворенности ко-

манды работой, что отодвигает на второй план собственные переживания, помогает сконцентрироваться на позитивной манере общения с клиентом. Тесные парные связи между эмоциональным трудом и удовлетворением от работы, удовлетворением от работы и гражданской позицией в организации, а также между гражданской позицией в организации и эмоциональным трудом определяют реальный интерес сотрудника или отсутствие такового к своей работе [2]. Соглашаясь с авторами, стоит добавить, что положительный эмоциональный настрой персонала, удовлетворенность своей работой создают дополнительные конкурентные преимущества предприятию, что проявляется как в лояльности к самой компании, так и к ее клиентам.

Рассмотрев эмоциональный труд как циклический процесс, в ходе которого сравниваются проявляемые эмоции с установленными правилами, Дифендорф Дж. М. и Госсеранд Р. [10, pp. 945–959] выяснили некоторые особенности. Во-первых, влияние эмоций может оказаться как положительным, так и отрицательным фактором эффективной работы предприятия ("отклонения" в ту или иную сторону служат определению иерархий и ранжированию целей). Во-вторых, по мере укрепления сотрудничества с клиентами увеличивается разрыв между упомянутыми правилами и реальной демонстрацией чувств, что, в конечном итоге, выливается в многочисленные попытки сократить его (разрыв) с помощью стратегий регулирования эмоций. В-третьих, осознание человеком (не)соответствия своего поведения организационной культуре предприятия может стать действенным инструментом мотивации, когда ясны последствия осуществляемых поступков [10].

Поддерживая идею об особой важности эмоционального труда для индустрии гостеприимства и его влиянии на формирование лояльности со стороны потребителей услуг, Чанг Х.-Й. [11] подтвердил, что ожидания сотрудников ресторана касательно частоты, разнообразия, эмоциональной интенсивности взаимодействия с другими людьми на работе оказывают влияние на производительность труда. Чанг Х.-Й. определена необходимость повышения информированности и установления правил регулирования проявлений чувств строго определенным образом с целью повышения качества работы и решения поставленных перед организацией задач [11].

Не смотря на большое количество научных публикаций, связанных с проблемами оценки эмоционального труда, учеными недостаточно изучены факторы влияния на эмоциональный труд в туризме. Примеры фундаментальных исследований темы с точки зрения когнитивных особенностей персонала вообще обнаружены не были.

**Методология.** В исследовании использованы общие и специальные научные методы. Для раскрытия понятия "эмоциональный труд" и выявления особенностей эмоционального труда на предприятиях туризма и гостеприимства были применены общенаучные методы абстракции, сравнения, включенного наблюдения и синтеза. Для изучения связей между составляющими элементами эмоционального труда на туристических предприятиях, а также между эмоциональными стратегиями менеджера и когнитивными стилями были применены экономико-статистический, табличный методы и сравнение.

Информационной базой исследования послужили научные работы зарубежных и украинских ученых в области эмоционального труда, управления персоналом туристических предприятий, особенностей организационной культуры и когнитивных стилей работы менеджеров. Структура диапазона данных: привлечены

были 805 человек (сотрудники предприятий туристической индустрии и студенты специальности "Туризм").

Сбор данных: формализованный опрос (анкетирование) опрос на основе содержания анкеты проведен на предприятиях туризма и гостеприимства Днепропетровской и Запорожской областей. Статистическая обработка полученных результатов проведена с использованием общепринятых методов.

**Цель статьи** – определить влияние когнитивного стиля работников на результаты эмоционального труда персонала предприятий туристической индустрии как составляющей их эффективности.

**Результаты.** Хохшильд Арли Р. [3, pp. IX–XII], по праву считающаяся основоположником теории эмоционального труда, определила его как "управление чувствами с целью создать наблюдаемые окружающим мимики лица и движения тела для получения заработной платы" [12, с. 7]. Чу Кэй [8] считает, что эмоциональный труд – это степень манипуляции внутренними чувствами того или иного субъекта, а также его поведением, направленным во внешнюю среду, ради выработки эмоций, соответствующих требуемым правилам и профессиональным нормам [8].

Совершенно очевидно, что умение индивида осознавать и контролировать свои переживания (эмоциональная компетентность) зависит от личности. Потому в туристическом бизнесе к персоналу (кроме образования, профессиональных умений и навыков) выдвигаются требования личностного характера, которые включают и самоконтроль. Высокий уровень контроля эмоций помогает работнику противостоять трудностям, быстро и аргументировано (часто в невербальной форме) реагировать на возникающие проблемы, а низкий – чреват неадекватностью применяемых мер и возникновением препятствий во взаимодействии [13, с. 17–18]. При этом личность рассматривается как одна из наиболее важных индивидуальных особенностей, влияющих на качество выполнения человеком эмоционального труда [14, 15]. Соглашаясь с автором [16], невозможно успешно работать в туристической сфере без наличия определенных черт характера, поскольку

"клиент всегда прав", а отсюда – необходимость предугадывания ожиданий туриста и поиск путей их реализации, предотвращения конфликтов, устранения проблем и реагирования на жалобы, координации взаимодействия со смежными отраслями, проведения тренингов, четкого установления правил относительно того, какие эмоции могут быть выражены и при каких обстоятельствах. Исходя из вышеизложенного, под эмоциональным трудом, на наш взгляд, следует понимать комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности взаимодействия конкретного индивида с представителями внутренней и внешней среды, которые влияют на него, на основе использования эмоциональных компетенций, разработанных и развитых в соответствии с требованиями организационной культуры, профессиональной культуры и профессиональной этики.

Некоторым образом тему личностных особенностей затронули в своих изысканиях Шани А., Уриели Н., Райхель А. И. и Гинзбург Л. [17, pp. 150–158]. Они, например, заметили, что "бесчувственный" менеджер в состоянии добиться от своих подчиненных лишь поверхностного действия; помимо этого, пришли к заключению: а) рост частоты (повторяемость) обслуживания одного и того же клиента вызывает ощущения душевного комфорта у персонала, независимо от того, имеет ли "столкновение" место в гостинице, ресторане или отделении для пассажиров бизнес-класса в самолете; б) физический труд связан преимущественно с SA (знание факта является немаловажным, в том числе во время планирования рабочих мест) [17].

Для более полного понимания степени эмоционального труда в туристической индустрии, а также определения зависимости его эффективности от личностных особенностей сотрудников, было проведено анкетирование среди сотрудников 69 субъектов туристической индустрии, в том числе 27 гостиниц. На основе составляющих понятия "эмоциональный труд", выделенных Ньюманом М. А., Гайем М. Е. и Матрасси Ш. Х. [13, pp. 6–20], а также ответов респондентов, определены особенности эмоционального труда и возможное их использование в сфере туризма и гостеприимства (табл. 1).

Таблица 1. Особенности составляющих эмоционального труда в туризме

Составляющая эмоционального труда (СЭТ)	Возможное применение в сфере туризма и гостеприимства	Психотип*
Вербальное дзюдо (ВД)	"Жесткий разговор" с клиентом, который "не понимает другого языка"	ENTJ, ESTJ, INFP, INTJ
Каритас (КР)	Внимательное отношение к потребностям клиента (в первую очередь, пожилые люди, дети, лица, имеющие проблемы с передвижением)	ENFJ, ESFJ, ISFP, INFP, ESFP, ISFJ
Игра лицом (ИЛ)	Маска, говорящая о необходимости предпринять определенные шаги; чаще применяется по отношению к подчиненным, не справляющимися с обязанностями или допустившими серьезные нарушения в общении с туристами	ENTJ, ESTJ, INTJ, ISTJ
Усталость от сострадания (УС)	Может наблюдаться у сотрудников в результате чрезмерного "увлечения" "Каритас" (в частности, у обслуживающего персонала специализированных отелей)	ESFJ, ESTP, ISFP
Управление чувствами (УЧ)	Подразумевает, что профессионализм работника является инструментом получения желаемого эмоционального отклика со стороны аутсайдера (поставщика, потребителя, контролирующего органа)	ENTP, ESTJ, INTJ
Профессиональное лицо (ПЛ)	Маска-статусный щит, надеваемая работниками, дабы дистанцировать себя от общения; фактически, это ролевая функция субъекта (возникает как в случае подачи жалобы неудовлетворенным потребителем, так и при возникновении внутрифирменного конфликта)	ENTJ, ESTP, INFP, INTP, ISTJ
Эмоциональный хамелеон (ЭХ)	Способность "включения" и "выключения" проявлений чувств. В сфере услуг может служить надежным подспорьем в построении успешной карьеры	ESFJ, ESTP, ISFP, ISTP
Паучье (шестое) чувство (ШС)	Дар (навык) интуитивно улавливать состояние (настроение) другого. Может играть хорошую службу при условии, что человек доверяет внутреннему голосу и использует предчувствия во благо компании	ENFP, ENTJ, INFJ, INTJ
Раппорт (РП)	Умение установить глубокую связь и наладить взаимопонимание с окружающими; необходимое качество для расширения базы постоянных клиентов и эффективной работы "сарафанного радио"	ENFJ, ENFP, INFP, ISFP

Закінчення табл. 1

Составляющая эмоционального труда (СЭТ)	Возможное применение в сфере туризма и гостеприимства	Психотип*
Эмоциональное подавление (ЭП)	Необходимо для подавления собственных чувств; может возникать при предъявлении заведомо несправедливых претензий, необоснованных исков	ESFP, INFJ, ISTP
Эмоциональное зеркало (ЭЗ)	Способность отразить и/или принять чужие эмоции; результат существенно зависит от конкретной ситуации и личности сотрудника, "принявшего оборону"; умение необходимо, прежде всего, персоналу, который сталкивается с приезжающими первым (администратор, девушка на ресепшн, менеджер по продажам и т. д.)	ENTP, ESFP, INTJ, ISTJ
Эмоциональная броня (ЭБ)	Готовность посмеяться над собственной реакцией. Как оказалось, на изучаемых предприятиях не всегда уместна в общении с покупателем. Но между сотрудниками может быть действенным средством улаживания недопонимания	ENFJ, ENFP, ISFJ, ISTP
Эмоциональное равновесие (ЭР)	Поддержание баланса между противоположными по характеру проявлениями; высший пилотаж владения собой. Возникает чаще в парах "подчиненный – начальник" и "поставщик услуги – клиент" (порядок слов имеет значение)	ENTP, ESFP, ISFJ
Эмоциональная анестезия (ЭА)	Отсутствие каких-либо переживаний; может возникать после длительного воздействия экстремальных эмоциональных стимулов; чревата взрывом эмоций со стороны контрагента	ESFP, INFJ, INTP
Эмоциональное взаимодействие (ЭВ)	Возможность взаимодействия и эмпатии; прекрасный вариант для общения внутри команды и вне ее	ENFJ, ESFJ, ISFJ
Эмоциональная маска (ЭМ)	Последствия постоянного подавления персоналом своих эмоций (визуальная замена их на противоположные или отсутствующие как таковые); в случае негатива приводит либо к проблемам с состоянием здоровья штата, либо к разрыву моральных и физических связей с организацией	ENFJ, ENTJ, ENFP, INFJ, INFP

\*Психотип по Майерс-Бриггс: Экстраверсия (E) / Интроверсия (I); Ощущение (S) / Интуиция (N); Мышление (T) / Чувства (F); Суждение (J) / Восприятие (P).

Источник: переработано и дополнено авторами на основе [12, с. 7].

Результаты анкетирования позволили выделить и сопоставить составляющие эмоционального труда в сфере туризма и гостеприимства, присущие каждому психотипу на основе типологии личностей по Майерс-Бриггс, рассмотренные нами более детально в [18, с. 142–143]. Результаты анализа показали, что более 50 % представителей того или иного "класса" отметили "до некоторой степени согласен", "согласен", "абсолютно согласен" во время анкетирования в соответствии с семибальной шкалой Лайкерта. При этом, как выяснилось, тип личности определяет не только способность ее носителя демонстрировать (отражать, подавлять, использовать в определенных целях) эмоции, но

и влияет на их множественное взаимодействие друг с другом (табл. 2). Это формирует степень устойчивости персонала к различным факторам влияния в зависимости от занимаемой должности.

В работах Кулаичева А. П. [19, с. 222–230], Светунова И. С. и Светунова С. Г. [20], Подобника Б. и Стенли Х. Е. [21] доказана целесообразность использования корреляционного анализа для нестационарных процессов и предложен алгоритм реализации подобного анализа, что позволяет его применить для оценки корреляционной зависимости между составляющими элементами эмоционального труда на предприятиях сферы туризма.

Таблица 2. Результаты корреляционной зависимости между составляющими элементами эмоционального труда на предприятиях сферы туризма

СЭТ \ R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ВД															
КР	-0,05**														
ИЛ	0,71	-0,31													
УС	0,11	0,58	0,13***												
УЧ	0,27	0,31	0,42	0,15											
ПЛ	0,48	0,14	0,71**	0,26	0,59										
ЭХ	0,36***	0,22	0,63	-0,09	0,64	0,81									
ШС	0,09	0,37	0,28	0,34	0,48***	0,37	0,31***								
РП	-0,12	0,62	0,39	0,47	0,53	0,1	0,45	0,74							
ЭП	0,18	0,43	0,65	0,51	0,39	0,52	0,16	0,38***	0,56						
ЭЗ	0,26	0,49	0,57	0,19	0,46**	0,64***	0,52	0,61	0,63	-0,22					
ЭБ	-0,3	0,25	0,18***	-0,02	0,21	0,23	0,34	0,23	0,02	0,18	0,35**				
ЭР	0,24**	0,3	0,32	0,13	0,67	0,48	0,56	0,29	0,36***	0,26	0,48	0,6***			
ЭА	0,37	0,42	0,39	0,66	0,14	0,29**	-0,1**	0,48***	0,49	0,42	0,53	-0,15	-0,31		
ЭВ	0,2	0,67	-0,01	0,41	0,31***	0,13	0,62	0,55	0,63	0,31***	0,58	0,54	0,49	-0,17	
ЭМ	-0,03	0,46	0,44**	0,49	0,08***	0,33	0,29	0,17	0,28	0,36	0,41	-0,05	-0,21	0,07	0,14***

\*\*\* $p < 0,001$  \*\* $p < 0,01$ ;  $p < 0,05$

Полученные результаты показали отсутствие зависимости между умением быть "плохим полицейским" и желанием "спасти мир" (КР), что обусловлено  $R = -0,05$ . Однако, в случае резкой критики, попытки втянуть в конфликт или склоки, ограничить поведение социальными рамками представителю психотипа

ENFJ, занимающего руководящую должность, коэффициент увеличивается до 0,33, а между персоналом одного иерархического уровня составляет 0,21. Подобная нестабильность имеет место и для других элементов табл. 2. Так, например, ISFP более склонен к "взрыву", чем ESFJ ( $R = 0,65$  и  $0,47$  соответственно). При этом в

обеих группах начальство оказалось менее сдержанным, чем подчиненные – 0,67 и 0,51, что свидетельствует о формальной социальной ответственности менеджмента по отношению к персоналу. А вот в случае с эмоциональным подавлением (ЭМ) топ-менеджмент оказался менее впечатлительным ( $R = 0,19$ ), что проявилось в менее разрушительных последствиях для состояния здоровья против  $R = 0,36$  у подчиненных. Стоит отметить, что наиболее подверженными стрессу оказывались интроверты – 0,24 и 0,39. Таким образом, методика анализа и его результаты могут использоваться HR-менеджерами предприятий сферы туризма и гостеприимства в качестве рекомендаций при распределении заданий, работ и обязанностей сотрудников, что в свою очередь положительно отразится на экономических показателях деятельности предприятия и повысит лояльность персонала к компании.

Как уже отмечалось, эмоциональность труда в туристическом бизнесе требует от контактного персонала постоянного использования эмоциональных стратегий, которые явно не видны руководству, но отражаются на качестве предоставляемого туристического сервиса. Выбор типа такой стратегии (глубокое погружение, длинное или поверхностное действия) прямо пропорционально зависит от типа личности, условий труда, соответствия занимаемой должности, культурных традиций предприятия. От успешности ее реализации, которая базируется, в первую очередь, на правильности выбора стратегии, зависят не только финансовые показатели деятельности, но и благосостояние сотрудников, степень их приверженности компании, состояние физического и психологического здоровья, их желание выполнять обязанности наилучшим образом с целью максимального удовлетворения потребностей имеющихся и привлечения новых клиентов. Поэтому особенности когнитивного стиля поведения персонала предприятий туристической индустрии были определены на основе используемых ими эмоциональных стратегий в зависимости от психотипа личности и влияния экономических и психологических факторов (табл. 3). Экономические последствия эмоционального труда сказываются на благосостоянии, производительности труда и текучести кадров, а психологические последствия определяют уровень стресса, удовлетворение от результатов работы, приверженность компании, влияют на общее состояние здоровья сотрудника. Взаимовыгодное сотрудничество топ-менеджмента с персоналом позволит не только снизить психологическую нагрузку, но и создать более высокую ценность предоставляемых услуг за счет увеличения этического качества [22, с. 333].

Корреляционная зависимость между эмоциональными стратегиями поведения персонала предприятий сферы туризма и гостеприимства, психотипами сотрудников и факторами влияния (табл. 3) показала, что для туристической сферы характерны такие закономерности:

1. "Глубокое погружение" оказывает более существенное влияние на благосостояние и производительность труда, чем "поверхностное" и "подлинное". При этом последнее "приобретает преимущество" при оценке психологического комфорта, общего состояния здоровья и решении сменить место работы. Стоит заметить, что данные по отдельным когнитивным типам практически по всем показателям существенно различаются. Поэтому их влияние на экономические последствия требует более детальных исследований.

2. Занимаемая должность влияет на выбор эмоциональной стратегии. В случае с топ-менеджментом, в частности, практически для всех психотипов коэффициент детерминации оказался незначительно ниже приведенного в табл. 3 в строках "благосостояние" и "производительность труда" (лидером по сокращению оба раза оказались **ESFJ** (0,5 и 0,61 соответственно) и **ENTP** (0,66 и 0,69 соответственно));

3. Для контактного персонала наблюдалось более существенное увеличение коэффициента детерминации: от 0,17 у **ESTJ** до 0,24 – **INTJ**. С поверхностным действием ситуация менялась на противоположную: руководство могло получать от него определенную выгоду. Среди персонала, находящегося на одном иерархическом уровне управления, роста эмоциональной связи не наблюдалось ни для одной из категорий.

4. Что касается **SA** и психологических индексов, можно сделать заключение либо об отсутствии связи как таковой, либо о ее несущественности по сравнению с **DA** и **GA**. Другими словами, необходимость притворяться тем, кем не являешься, придерживаться правил, которые не осознаются и/или не принимаются, становится причиной дискомфорта разной степени для людей с отличающимися характерами и положением в компании.

**Выводы и дискуссия.** Сформулировано понятие "эмоциональный труд", под которым следует понимать комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности взаимодействия конкретного индивида с представителями внутренней и внешней среды, которые влияют на него, на основе использования эмоциональных компетенций, разработанных и развитых в соответствии с требованиями организационной культуры, профессиональной культуры и профессиональной этики.

Научная новизна исследования проявляется в определении особенностей эмоционального труда в сфере туризма и гостеприимства, которые проявляются во влиянии когнитивной компоненты личности сотрудника на качество предоставляемого сервиса. Такие особенности должны учитывать сложность эмоционального труда, что находит отражение в выбранной персоналом эмоциональной стратегии, и требует от топ-менеджмента постоянного отслеживания и реагирования на изменения в поведении, реакции и выполнении должностных обязанностей каждым сотрудником. Полное и всестороннее понимание факторов ЭТ в их совокупности может стать и становится надежным инструментом повышения мотивации сотрудников, снижения текучести кадров, укрепления связей с потребителем и возрастания конкурентоспособности компании как на внутреннем, так и на международном рынках.

Зависимость между эмоциональной стратегией поведения и когнитивным стилем персонала позволила определить степень влияния эмоционального труда как на деятельность предприятия, так и на психологические последствия работы на предприятии для сотрудников. Однако для более детального измерения силы зависимости между когнитивным стилем работников и результатами эмоционального труда персонала предприятий туристической индустрии целесообразным является использование большего количества статистических наблюдений и факторов влияния на эмоциональную стратегию поведения личности.

Таблица 3. Результаты корреляции между изучаемыми переменными (эмоциональные стратегии и когнитивный стиль)

Психотип \ Стратегия	ISFJ	INFP	ENFP	ISTJ	ESFJ	ESTJ	ISFP	INFJ	ESFP	ENFJ	INTP	ENTP	ISTP	INTJ	ESTP	ENTJ
<i>Экономические последствия</i>																
Благосостояние																
Deep acting	0,46	0,34	0,43	0,78	0,54	0,43**	0,37	0,59	0,61	0,67	0,28	0,72***	0,51	0,48	0,69	0,58
Genuine acting	0,42	0,41***	0,4	0,65	0,51	0,49	0,32	0,32	0,65	0,51	0,21	0,64	0,46	0,41	0,56	0,33
Surface acting	0,35	-0,15	0,22	0,42	0,36	0,19	0,12	0,12	0,28	0,36	0,09	0,33	0,09	0,34	0,29	0,37
Производительность труда																
Deep acting	0,53	0,31	0,39	0,69	0,7	0,53	0,43	0,48	0,69	0,71	0,33	0,76***	0,61	0,53	0,76	0,49**
Genuine acting	0,42	0,29	0,42	0,63***	0,59	0,57	0,38	0,51	0,72	0,48	0,37	0,57	0,53	0,46**	0,62	0,56
Surface acting	0,26	0,01	0,15	0,19	0,33	0,28	0,26	0,31	0,22	0,27	-0,25	0,41	0,14	0,24	0,34	0,41
Текущая кадры																
Deep acting	0,31	0,28**	0,63	0,29	0,38	0,55	0,25	0,36	0,28	0,35	0,54	0,45	0,38	0,5	0,29	0,35
Genuine acting	0,26	0,33	0,56***	0,24	0,23	0,47	0,19	0,22	0,12	0,44	0,48**	0,37	0,2	0,42	0,33***	0,48
Surface acting	0,35	0,2	0,29	0,31	0,42	0,62	0,34	0,49	0,36	0,5	0,63	0,39	0,44	0,61	0,46	0,51
<i>Психологические последствия</i>																
Уровень стресса																
Deep acting	0,34**	0,31	0,47	0,44	0,16	0,39	0,61	0,51	0,36	0,41	0,34	0,66	0,32	0,48	0,51	0,23
Genuine acting	0,34	0,29***	0,25	0,28	0,06	0,34	0,52	0,45	0,25	0,53***	0,26	0,59	0,23	0,29	0,34	0,17**
Surface acting	0,51	0,44	0,13	0,56	0,35	0,45	0,68**	0,66	0,41	0,21	0,44	0,41***	0,15	0,54	0,48	0,34
Удовлетворение от результатов																
Deep acting	0,67	0,43	0,36	0,63	0,67	0,49	0,46	0,62	0,59	0,74	0,39	0,69	0,49	0,32	0,7	0,48
Genuine acting	0,72	0,56**	0,48	0,7	0,73	0,53	0,66	0,7	0,57	0,6	0,54	0,54	0,57	0,46	0,74	0,64
Surface acting	0,53**	-0,11	0,04	0,34	0,03	0,18	0,31	0,23	0,24	0,21	0,25	0,24	0,3	0,08***	0,31	-0,09
Степень приверженности компании																
Deep acting	0,59	0,55***	0,29	0,59	0,31	0,43	0,67	0,58	0,32	0,63	0,31	0,39	0,42	0,39	0,52**	0,27
Genuine acting	0,68	0,61	0,38	0,65	0,45	0,51	0,72**	0,65	0,41	0,61	0,45	0,35	0,46	0,43	0,6	0,33
Surface acting	0,36	0,34	0,23	0,2	-0,14	0,1	0,24	0,31	0,06	0,18	-0,19	0,25	0,27	-0,01	0,02	0,05
Общее состояние здоровья																
Deep acting	0,45	0,22	0,51	0,33	0,34***	0,28	0,41	0,42	0,15	0,38	0,24	0,42	0,25	0,28	0,43	0,18
Genuine acting	0,49	0,31**	0,66	0,46	0,4	0,32	0,42	0,47	0,29	0,43	0,31	0,56	0,34	0,35	0,6	0,26**
Surface acting	0,23	-0,16	0,09***	0,16	-0,21	0,05	-0,22	0,25	0,3	-0,11	-0,08	0,08	0,2	0,15	0,14	-0,2

\*\*\* $p < 0,001$  \*\* $p < 0,01$ ;  $p < 0,05$

Влияние эмоционального труда проявляется в большей или меньшей степени на всех иерархических уровнях организационной структуры предприятия, и поэтому должно учитываться при формировании внутренних стандартов и стратегии социальной ответственности предприятия индустрии туризма и гостеприимства, что, несомненно, отразится на социально-экономических результатах его работы. Использование зависимости психотипа сотрудника и его стратегии поведения на рабочем месте может быть использовано предприятиями сферы услуг для предупреждения экономических и психологических последствий в организации.

Дальнейшие работы авторов будут посвящены особенностям управления эмоциональным трудом персонала предприятий туристического бизнеса для формирования эффективной клиентоориентированной организационной культуры.

#### Список использованных источников

1. Travel & Tourism Economic Impact. World, 2017. Report. World Travel & Tourism Council // Available at: <https://www.wttc.org/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>.
2. Lu C.-J. Effects of Emotional Labor and Job Satisfaction on Organizational Citizenship Behaviors: a Case Study on Business Hotel Chains / Lu C.-J., Shih Y.-Y.; Chen Y.-L. // The International Journal of Organizational Innovation [e-journal]. – 2013. – 5 (4). – pp. 165–176. – Available at: eLibrary USA website <<http://vlib.interchange.at>.
3. Hochschild A. R. Emotion in Organizations / Hochschild A. R. – Thousand Oaks, 1993. – pp. IX–XII.
4. Chu K. H. L. Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, [e-journal] / Chu K. H. L., Murrmann S. – 27 (2006). – pp. 1181–1191. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.011>.
5. Hultman J. Breakfast and Friendship: Intimacy and Distance in Small-Scale Hospitality Businesses / Hultman J., Andersson Cederholm, E. Bed // *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, [e-journal]. – 2010. – 2(3). – pp. 365–380. – <http://dx.doi.org/10.3384/cu.2000.1525.10221365>.
6. Tang Ch. Emotional Labor: The Role of Employee Acting Strategies on Customer Emotional Experience and Subsequent Buying Decisions / Tang Ch., Seal C. R., Naumann S. E., Miguel K. // *International Review of Management and Marketing* [e-journal]. – 2013. – 3(2). – pp. 50–57. – Available at: eLibrary USA website <http://vlib.interchange.at>.
7. Hur W.-M. Customer response to employee emotional labor: the structural relationship between emotional labor, job satisfaction, and customer satisfaction / Hur W.-M., Moon T.-W., Jung Y. S. // *Journal of Services Marketing*, [e-journal]. – 2015. – 29 (1). – pp. 71–80. – <http://dx.doi.org/10.1108/jsm-07-2013-0161>.
8. Chu, K. H. L. The Effects of Emotional Labor on Employee Work Outcomes. The code: dissertation / Chu K. H. L. – 2002. – Available at: <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/28164/Chueta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
9. Schaubroeck J. Antecedents of workplace emotional labor dimensions and moderators of their effects on physical symptoms

О. Крупський, канд. психол. наук, доц.,

В. Редько, канд. екон. наук, доц.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

### ВПЛИВ КОГНІТИВНОГО СТИЛЮ ПРАЦІВНИКІВ НА РЕЗУЛЬТАТ ЕМОЦІЙНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Розглянуто емоційну працю як процес, що визначається особливостями роботи в туристичній сфері. Запропоновано 16 складників емоційної праці на підприємствах індустрії туризму й гостинності, проаналізовано її вплив на окремі економічні (добробут співробітників, продуктивність, плинність кадрів) і психологічні (рівень стресу, ступінь прихильності компанії й задоволення від роботи) показники з погляду когнітивних особливостей персоналу та обраних ним емоційних стратегій поведінки. Обґрунтовано вплив когнітивної компоненти особистості працівника на якість сервісу, що надається.

Ключові слова: туризм і гостинність; емоційна праця; організаційна культура; когнітивний стиль; туристичне підприємство.

O. Krupskyi, PhD in Psychology, Associate Professor,

V. Redko, PhD in Economics, Associate Professor

Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine

### THE INFLUENCE OF THE EMPLOYEE' COGNITIVE WORKING STYLE ON THE EMOTIONAL LABOR OUTCOMES IN TOURISM FIRMS

In the article the emotional labor is considered as a process that is determined by peculiarities of work in the tourist sphere. It was suggested 16 components of emotional labour on tourism and hospitality enterprises, their influence on some economic (employee welfare, productivity, employee turnover) and psychological (level of stress, degree of commitment and job satisfaction) indicators is analyzed in terms of staff's cognitive characteristics and chosen by them emotional strategies of it behavior. The influence of the cognition of an individual on the quality of provided services was substantiated.

Key words. Tourism and hospitality, emotional labour, organizational culture, cognitive style, tourism enterprise.

#### References (in Latin): Translation / Transliteration/ Transcription

1. Travel & Tourism Economic Impact. World, 2017. Report. World Travel & Tourism Council. Available at: <https://www.wttc.org/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>.

/ Schaubroeck, J., Jones, J.R. // *Journal of Organizational Behavior*, [e-journal]. – 2000. – 21(2). – pp. 163–183. – [http://dx.doi.org/10.1002/\(sici\)1099-1379\(200003\)21:2<163::aid-job37>3.3.co;2-c](http://dx.doi.org/10.1002/(sici)1099-1379(200003)21:2<163::aid-job37>3.3.co;2-c).

10. Diefendorff, J. M. Understanding the emotional labor process: a control theory perspective / Diefendorff J. M., Gosserand R. H. // *Journal of Organizational Behavior*, [e-journal]. – 2003. – 24 (8). – pp. 945–959. – <http://dx.doi.org/10.1002/job.230>.

11. Chang, H.-Y. Restaurant Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents and Effects on Employees' Intention to Leave. The code: dissertation / Chang, H.-Y. [pdf]. – 2011. – Available at: <http://docs.lib.purdue.edu/dissertations/AAI3507219/>

12. Hochschild, A. R. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling / Hochschild, A. R. – 2003. – Available at: <https://caringlabor.files.wordpress.com/2012/09/the-managed-heart-arlie-russell-hochschild.pdf>.

13. Newman M. A. Beyond Cognition: Affective Leadership and Emotional Labor / Newman M. A., Guy M. E., Mastracci S. H. // *Public Administration Review*, [e-journal]. – 2009. – 69 (1), pp. 6–20. – <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6210.2008.01935.x>.

14. Diefendorff J. M. The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies / Diefendorff J. M., Croyle M. H., Gosserand R. H. // *Journal of Vocational Behavior*, [e-journal]. – 2005. – 66 (2). – pp. 339–357. – <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2004.02.001>.

15. Zapf D. On the Positive and Negative Effects of Emotion Work in Organizations / Zapf D., Holz M. // *European Journal of Work and Organizational Psychology*, [e-journal]. – 2006. – 15 (1). – pp. 1–28. – <http://dx.doi.org/10.1080/13594320500412199>.

16. Wong J.-Y. 2009. Emotional Labor of the Tour Leaders: An Exploratory Study / Wong J.-Y., Wang C.-H. // *Tourism Management*, [e-journal]. – 2009. – 30 (2). – pp. 249–259. – <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.005>.

17. Shani A. Emotional Labor in the Hospitality Industry: The Influence of Contextual Factors / Shani A., Urieli N., Reichel A., Ginsburg L. // *International Journal of Hospitality Management*, [e-journal]. – 2014. – 37. – pp. 150–158. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.11.009>.

18. Крупський О. П. Когнітивний стиль як фактор розвитку підприємств туризму та гостинності / О. П. Крупський // *Проблеми економіки*. – 2015. – № 2. – С. 140–146.

19. Кулаичев А. П. Методи і средства комплексного аналізу даних: учеб.-метод. посіб. / А. П. Кулаичев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. – 512 с.

20. Светульников И. С. Методы социально-экономического прогнозирования. Т. 2: Модели и методы: учебник / И. С. Светульников, С. Г. Светульков. – М.: Юрайт, 2015. – 447 с.

21. Podobnik B. Detrended cross-correlation analysis: a new method for analyzing two nonstationary time series / Podobnik B., Stanley H. E. // *Physical review letters*, [e-journal]. – 2008. – 100(8). <http://dx.doi.org/10.1103/physrevlett.100.084102>.

22. Редько В. Є. Особливості холістичного управління в туризмі / В. Є. Редько // *Вісн. національного університету водного господарства та природокористування. Серія Економіка: зб. наук. пр.* – Рівне, 2014. – № 1 (65). – С. 331–338.

Надійшла до редакції 28.07.17

Date of editorial approval 31.08.17

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

2. Lu, C.-J., Shih, Y.-Y., Chen, Y.-L., 2013. Effects of Emotional Labor and Job Satisfaction on Organizational Citizenship Behaviors: a Case Study on Business Hotel Chains. *The International Journal of Organizational Innovation* [e-journal], 5(4), pp. 165–176. Available at: eLibrary USA website <<http://vlib.interchange.at>>
3. Hochschild A.R., 1993. *Emotion in Organizations*. Thousand Oaks, pp. IX-XII.
4. Chu, K. H. L., Murrmann, S., 2006. Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, [e-journal] 27 (2006), pp. 1181–1191. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.011>.
5. Hultman, J., Andersson Cederholm, E., 2010. Bed, Breakfast and Friendship: Intimacy and Distance in Small-Scale Hospitality Businesses. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, [e-journal] 2(3), pp. 365–380. <http://dx.doi.org/10.3384/cu.2000.1525.10221365>.
6. Tang, Ch., Seal, C.R., Naumann, S. E., Miguel, K., 2013. Emotional Labor: The Role of Employee Acting Strategies on Customer Emotional Experience and Subsequent Buying Decisions. *International Review of Management and Marketing* [e-journal], 3(2), pp. 50–57 Available at: eLibrary USA website <<http://vlib.interchange.at>>
7. Hur, W.-M., Moon, T.-W., Jung, Y. S., 2015. Customer response to employee emotional labor: the structural relationship between emotional labor, job satisfaction, and customer satisfaction. *Journal of Services Marketing*, [e-journal], 29 (1), pp. 71–80. <http://dx.doi.org/10.1108/jsm-07-2013-0161>.
8. Chu, K. H. L., 2002. *The Effects of Emotional Labor on Employee Work Outcomes*. The code: dissertation. Available at: <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/28164/Chueta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
9. Schaubroeck, J., Jones, J.R., 2000. Antecedents of workplace emotional labor dimensions and moderators of their effects on physical symptoms. *Journal of Organizational Behavior*, [e-journal] 21(2), pp. 163-183 [http://dx.doi.org/10.1002/\(sici\)1099-1379\(200003\)21:2<163::aid-job37>3.3.co;2-c](http://dx.doi.org/10.1002/(sici)1099-1379(200003)21:2<163::aid-job37>3.3.co;2-c).
10. Diefendorff, J. M., Gosserand, R. H., 2003. Understanding the emotional labor process: a control theory perspective. *Journal of Organizational Behavior*, [e-journal], 24(8), pp. 945–959. <http://dx.doi.org/10.1002/job.230>.
11. Chang, H.-Y., 2011. *Restaurant Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents and Effects on Employees' Intention to Leave*. The code: dissertation. Available at: <http://docs.lib.purdue.edu/dissertations/AAI3507219/>
12. Hochschild, A. R., 2003. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Available at: <https://caringlabor.files.wordpress.com/2012/09/the-managed-heart-arlie-russell-hochschild.pdf>.
13. Newman, M. A., Guy, M. E., Mastracci, S. H., 2009. Beyond Cognition: Affective Leadership and Emotional Labor. *Public Administration Review*, [e-journal], 69(1), pp. 6–20. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6210.2008.01935.x>.
14. Diefendorff, J. M., Croyle, M. H., Gosserand, R. H., 2005. The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies. *Journal of Vocational Behavior*, [e-journal] 66(2), pp. 339–357. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2004.02.001>.
15. Zapf, D., Holz, M., 2006. On the Positive and Negative Effects of Emotion Work in Organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, [e-journal] 15(1), pp. 1–28. <http://dx.doi.org/10.1080/13594320500412199>.
16. Wong, J.-Y., Wang, C.-H., 2009. Emotional Labor of the Tour Leaders: An Exploratory Study. *Tourism Management*, [e-journal], 30(2), pp. 249–259. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.005>.
17. Shani, A., Uriely, N., Reichel, A., Ginsburg, L., 2014. Emotional Labor in the Hospitality Industry: The Influence of Contextual Factors. *International Journal of Hospitality Management*, [e-journal] 37, pp. 150–158. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.11.009>.
18. Krupskiy, O. P., 2015. Kohnityvnyy styl' yak faktor rozvytku pidpryemstv turyzmu ta hostynnosti. *Problemy ekonomiky*, 2, pp. 140–146.
19. Kulaichev, A. P., 2006. *Metody i sredstva kompleksnogo analiza dannyh: ucheb.-metod. posob.* M: FORUM: INFRA-M, 512 p.
20. Svetun'kov, I. S., Svetun'kov, S. G., 2015. *Metody social'no-jekonomicheskogo prognozirovaniya. T. 2. Modeli i metody: ucheb. M.: Jurajt*, 447 p.
21. Podobnik, B., Stanley, H. E., 2008. Detrended cross-correlation analysis: a new method for analyzing two nonstationary time series. *Physical review letters*, [e-journal] 100(8). <http://dx.doi.org/10.1103/physrevlett.100.084102>.
22. Redko, V. Y., 2014. Osoblyvosti kholistychnoho upravlinnya v turyzmi. *Visnyk natsional'noho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya: seriya Ekonomika: zbi. nauk. prats'*, 1(65), pp. 331–338.