

## **СОЦИАЛЬНАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ**

УДК 37.02

### **ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА ТРЕНЕРА ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОЛЛЕКТИВА КАК ДЕТЕРМИНАНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

**И.А. Бариляк, П.Н. Веденева**

Тверской государственной университет

Представлены результаты эмпирического исследования профессионально важных качеств тренера танцевального коллектива как детерминант потребительского капитала организации. Рассматриваются особенности профессиональной деятельности тренеров танцевальных коллективов, показатели успешности их деятельности, а также основные ресурсы организации. Представлены результаты взаимосвязи профессионально важных качеств тренеров танцевальных коллективов с потребительским капиталом организации.

***Ключевые слова:** профессионально важные качества, капитал организации, потребительский капитал организации, успешность деятельности.*

Профессионально важные качества (ПВК) – понятие, которое вошло в категориальный аппарат психологии труда еще в начале XX в. Исследователи пришли к выводу, что для профессиональной деятельности важны качества, часть из которых плохо тренируема, а часть можно успешно развивать. Таким образом, для осуществления успешной деятельности в любой профессии важно обладать системой профессионально важных качеств.

Профессионализм и мастерство тренера танцевального коллектива определяется имеющимися у него профессионально важными качествами, к которым относятся: ответственность, компетентность, организаторские и коммуникативные способности, ораторские качества, интеллектуальные качества, креативность, быстрота реакции, самоконтроль и морально-нормативные качества, знания в области психологии, доброжелательность и эмпатия.

Как правило, тренеры танцевальных коллективов осуществляют свою профессиональную деятельность в таких организациях, как различные школы танца и танцевальные студии, а, как известно, основные ресурсы, используемые любой организацией, – это материалы, технология, информация, а также люди (человеческие ресурсы) и капитал организации.

Капитал компании – это в первую очередь общая сумма финансовых и реальных денежных средств, которые находятся в обороте и принимают участие в производстве [3, с. 68]. Приоритет конкретных критериев, по которым формируется структура капитала предприятия, определяется руководством самостоятельно. Но необходимо различать и отдельные виды

капитала компании:

1. *Денежный капитал*. Его обычно и понимают под капиталом в целом. Это общая сумма всех денежных средств, которые находятся в обороте, участвуют в процессе производства.

2. *Реальный капитал*, или иначе *материально-вещественный*, – подразумевает натуральную форму выражения собственности.

3. *Интеллектуальный капитал* – это знания, которые могут быть конвертированы в стоимость, другими словами, это сумма всего того, что знают и чем обладают работники и что формирует конкурентоспособность организации. Интеллектуальный капитал трудно точно идентифицировать и еще труднее эффективно применять [1, с. 16].

*Потребительский (клиентский) капитал* является важной составляющей интеллектуального капитала, поскольку именно в этих отношениях интеллектуальный капитал превращается в деньги и приносит реальный доход. Это капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями [3, с. 412]. Одна из главных целей формирования потребительского капитала – создание такой структуры, которая позволяет потребителю продуктивно общаться с персоналом компании. Потребительский капитал предприятия (его еще называют капиталом отношений) характеризуется такими качествами, как глубина (степень) проникновения, ширина (распространение), постоянство, уверенность в том, что потребители и впредь будут отдавать предпочтение данному предприятию.

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что мастерство руководителя танцевального коллектива во многом определяется имеющимися у него профессионально важными качествами. Соответственно, чем меньшим количеством ПВК обладает тренер, тем меньше клиентов проявят желание обучаться у него на постоянной основе и тем ниже величина потребительского капитала организации, в которой осуществляется преподавание. Результаты, полученные по итогу исследования, можно использовать при работе с руководителями танцевальных коллективов и администрацией танцевальных студий для увеличения потребительского капитала через развитие профессионально важных качеств работников.

*Цель исследования:* выявить взаимосвязь между профессионально важными качествами и потребительским капиталом организации.

*Объект исследования:* тренер танцевального коллектива и потребительский капитал организации.

*Предмет исследования:* взаимосвязь уровня профессионально важных качеств тренера с потребительским капиталом организации.

*Гипотеза исследования:* величина потребительского капитала организации зависит от уровня профессионально важных качеств тренеров, работающих в данной организации. Чем выше уровень ПВК тренера, тем выше величина потребительского капитала.

По мнению Е.П. Ильина, важно изучать функциональные качества и личностные особенности человека, которые способствуют успешному выполнению профессиональной деятельности [2, с. 31]. К ним мы относим: коммуникативные и организаторские склонности личности, адаптивные

способности, нервно-психическую устойчивость, коммуникативные особенности, моральную нормативность.

А.П. Панкрухин определяет потребительский капитал как капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями [3, с. 526]. Исходя из этого определения для диагностики потребительского капитала организации нами была разработана анкета «Оценка качества предъявляемых услуг», включающая 10 вопросов, направленных на выявление удовлетворенности клиентами качеством предоставляемых услуг. Анкета заполнялась анонимно в целях получения наиболее объективных результатов.

Исследование проводилось на базе ООО «АртКрафт», школа танца ART CRAFT. Было выбрано 6 танцевальных коллективов, из каждого коллектива были опрошены тренер и 10 учеников, являющихся его клиентами более года.

В исследовании принимали участие 6 тренеров – руководителей танцевальных коллективов – женского пола возрастом от 22 до 27 лет. Также в исследовании участвовали 60 клиентов, из которых 57 % – девушки, а 43 % – юноши. Возраст респондентов составил от 14 до 20 лет.

По результатам проведенного исследования, 67 % руководителей танцевального коллектива показали высокий и средний уровни развития профессионально важных качеств. Анкеты клиентов тех тренеров, уровень ПВК которых был определен как высокий и средний, были определены как наиболее положительные. Самый высокий процент положительных анкет получен по результатам анкетирования первой группы и равен 100 %. Высокий процент положительных анкет был выявлен также во второй, пятой и шестой группах. Анкеты же, заполненные клиентами двух других руководителей, уровень ПВК которых был определен как низкий и ниже среднего, по большей части были отрицательными. Это позволяет сделать вывод, что уровень профессиональных качеств руководителя танцевального коллектива действительно взаимосвязан с потребительским капиталом организации (рис. 1).



Рис. 1. Корреляционные плеяды взаимосвязи потребительского капитала и профессионально важных качеств руководителей танцевальных коллективов

В ходе исследования были установлены следующие взаимосвязи:

– прямая сильная между параметром «Потребительский капитал» и «Коммуникативные и организаторские способности» ( $r = 0,973$  при  $p < 0,031$ ).

– прямая сильная между параметром «Потребительский капитал» и «Коммуникативные способности» ( $r = 0,971$  при  $p < 0,029$ ).

Исходя из данного факта, можно сделать вывод, что наличие умения у тренера легко устанавливать контакты как с сотрудниками и клиентами, так и в целом с окружающими, и отсутствие склонности к конфликтам имеет очень большое значение для клиентов.

Также были установлены:

– прямая сильная взаимосвязь между параметрами «Потребительский капитал» и «Моральная нормативность» ( $r = 0,964$ , при  $p < 0,042$ ), что говорит о том, что уровень потребительского капитала сильно зависит и от моральной нормативности работников, то есть от того, насколько реально и адекватно они оценивают свою роль в коллективе и соблюдает общепринятые нормы поведения;

– прямая умеренная связь между параметрами «Потребительский капитал» и «Нервно-психическая устойчивость» ( $r = 0,603$  при  $p < 0,235$ ).

– прямая сильная связь между параметрами «Потребительский капитал» и «Личностный адаптационный потенциал» ( $r = 0,921$  при  $p < 0,763$ ).

Таким образом, можно говорить о том, что уровень потребительского капитала будет расти, если уровень владения коммуникативными и организаторскими способностями, а также уровень моральной нормативности работников будет повышаться.

Данные выводы, сделанные на основе проведенных исследований, позволяют нам подтвердить выдвинутую ранее гипотезу. Величина потребительского капитала организации действительно взаимосвязана с уровнем профессионально важных качеств тренеров, работающих в данной организации. И чем выше уровень ПВК тренера, тем выше величина потребительского капитала. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что вложения со стороны администрации танцевальной студии в развитие ПВК своих сотрудников является очень важным шагом в развитии и поддержании конкурентоспособности организации и способствует эффективному выстраиванию устойчивых отношений с клиентами.

### **Список литературы**

1. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации. М.: Социальные отношения, 2003. 184 с.
2. Ильин Е.П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб.: Питер, 2008. 432 с.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник для студентов. 3-е изд. М.: Омега-Л, 2005. 656 с.

## **PROFESSIONALLY IMPORTANT QUALITY OF THE DANCE COLLECTIVE TRAINER AS DETERMINANTS OF THE CONSUMER CAPITAL OF THE ORGANIZATION**

**I.A. Barylyak, P.N. Vedeneeva**

Tver State University

Presents the results of an empirical study of the professionally important qualities of the coach of the dance collective as the determinant of the consumer capital of the organization. In the work features of professional activity of coaches of dancing collectives, indicators of the success of their activities, as well as the main resources of the organization are considered. In the article results of interrelation of professionally important qualities of coaches of dancing collectives with the consumer capital of the organization are presented.

**Keywords:** *professionally important qualities, the capital of the organization, the consumer capital of the organization, the success of the activity.*

*Об авторах:*

БАРИЛЯК Ирина Анатольевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология» ФБГОУ ВПО «Тверской государственный университет» (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: irina040776@mail.ru

ВЕДЕНЕЕВА Полина Николаевна – продавец-консультант, ООО Элит-Декор, торговый центр «Тандем», (70043, Тверь, Октябрьский пр-кт, 70), e-mail: p.n.vedeneeva95@yandex.ru