

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПРАЦІВНИКА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

С. І. ЯКИМЕНКО
І. В. ІОЗІС

У сучасних умовах реформування економіки, становлення нових економічних відносин в Україні значно розширюється коло вимог, що висуваються до кваліфікації спеціаліста, який працює у сфері обслуговування. Інтегрування України у світові торговельні процеси зумовлює необхідність формування нового покоління спеціалістів, здатних не лише ефективно й грамотно вести торговельні операції, а й дотримуватися вимог професійного етикету, що є загальноприйнятим у цивілізованому світі.

У наш час сфера обслуговування є однією з найперспективніших галузей економіки. Вона охоплює широке поле діяльності від торгівлі та транспорту до фінансування та страхування. Готелі та ресторани, салони краси, навчальні та спортивні заклади, туристичні фірми, радіо- та телестанції, консультаційні фірми, медичні заклади, музеї, театри, кінотеатри, магазини та супермаркети відносяться до сфери послуг.

Головною метою сервісної діяльності є задоволення загальних та індивідуальних людських потреб. Розвиток сфери обслуговування та попит на послуги базується на зростанні промислового виробництва та підвищенні купівельної здатності населення. Розвиток виробництва стимулює розширення сервісної діяльності і навпаки. Сьогодні сфера обслуговування характеризується динамізмом та постійним виникненням нових послуг.

Проблемами підготовки спеціалістів для сфери обслуговування знайшли відображення у наукових роботах наступних авторів: Г. Аванесової, В. Велединського, В. Зубкова, Р. Каверина, О. Лойко, А. Михайлов, Б. Ройзмана, В. Федцова, Р. Чернишева, Г. Хорошавіна, В. Яценка та ін.

У дослідженнях В. Яценка проведено аналіз світових досліджень у сфері обслуговування (А. Ларсон, Б. Рейнеке, Ч. Чейз), що мають ранню історію та присвячені широкій проблематиці: професіографія для багатьох професій торгівлі, побуту, харчування, проблеми реклами, особистості споживача, засобів впливу на нього, допомоги у прийнятті рішень, вибору професії, профвідбору, профадаптації, профпідготовки кадрів сфери обслуговування, а також вивченню природи споживчих відхилень, феномену моди, регіональних особливостей клієнтів.

Мета статті – теоретично обґрунтувати основні аспекти професійної культури працівника сфери обслуговування.

У наш час якість послуг, що надаються населенню, можна підвищити лише за рахунок появи принципово нової системи професійної освіти працівників для даної галузі. Ця система має бути направлена на формування цілісної професійної культури майбутнього працівника сфери обслуговування.

В. Федцов говорить, що сервіс – це надання послуг. Послуга – це будь-який захід чи користь, які одна сторона може запропонувати іншій. Автор підкреслює, що послуга є продуктом праці, що має специфічні якості: неосяжність та невіддільність від свого джерела. Послуга не зберігається окремо від процесу її надання, тому існує вона лише у процесі її виконання [7, с. 82]

Г. Аванесова дає визначення сервісної діяльності як активності людей, що вступають у специфічну взаємодію у реалізації суспільних, групових та індивідуальних послуг [1, с. 502].

О. Лойко визначає сервісну діяльність як особливий вид людської діяльності, що направлений на задоволення потреб клієнта шляхом надання послуг, що користуються попитом серед окремих людей та організацій [1, с. 504].

В. Велединський вважає, що сервісна діяльність – це діяльність у виробництві, розповсюдженні, реалізації, наданні послуг, що задовольняють потреби людини, соціальної групи чи суспільства в цілому [1, с. 504].

Якщо усю сукупність людської діяльності розглядати через відношення людина – природа, людина – техніка, людина – знак, людина – художній образ, людина – людина, то помітно, що головним з перерахованих тандемів є відношення людина – людина. Це означає, що всі люди у той чи іншій мірі обслуговують один одного. Окрім того, кожне з цих відношень у явному чи латентному вигляді включено у систему людина – людина.

Наприклад, з відношення людина – природа виникли екологічний туризм, прагнення використовувати екологічно чисті продукти харчування, створювати засоби розміщення в екологічно чистих та естетично привабливих природно-кліматичних зонах. Відношення людина – техніка сприяє впровадженню у сервісну діяльність технічних та технологічних інновацій, які дозволяють запропонувати клієнтам більш якісну, технічно безпечну та технологічно продуману послугу.

О. Лойко підкреслює, що сервісна діяльність виступає заключною стадією створення цінностей, що забезпечують потреби людини. Самі ж цінності виникають саме у процесі взаємодії людини з людиною. Якщо сервісне обслуговування принесло задоволення клієнту, це стимулює його до подальшого придбання даної послуги. Ключовою проблемою сервісної діяльності є обґрунтування інноваційних сервісних стратегій задоволення індивідуальних потреб людини, що безпосередньо визначає якість та стиль життя [2, с. 34].

У дослідженнях психологів виділено три типи направленості працівників сфери обслуговування:

- зарозумілі, що прагнуть поставити клієнта у залежність від себе, підкреслити його необізнаність та обмеженість;
- ті, що сприймають взаємодію обслуговування як необхідність надавати допомогу у задоволенні життєво важливих потреб;
- ті, що отримують найвищий ступінь задоволення від можливості допомагати у чомусь іншим людям, бути корисними та радувати їх.

Це свідчить про те, що важливими професійними якостями у сфері обслуговування є загальна культура поведінки, знання інших людей, здатність розуміти їх смаки, інтереси, мотиви поведінки, регулювати свої імпульсивні реакції.

До структури професійно важливих якостей особистості входять необхідні та бажані особистісні якості.

До необхідних відносяться ті, що сприяють успішній професійній діяльності та формуються на основі певних індивідуально – типологічних особливостей людини. Ці якості є більш стійкими та майже не піддаються змінам у процесі навчання та роботи.

Серед необхідних якостей для працівника сфери обслуговування В. Яценко виділяє: направленість особистості на діяльність типу Людина – Людина, емпатія, емоційна стійкість, саморегуляція, вміння взаємодіяти з людьми, відсутність значних зовнішніх дефектів [8, с. 41].

До бажаних відносяться такі професійні якості, які сприяючи успішній професійній діяльності, порівняно легко формуються у процесі оволодіння професією. Серед них В. Яценко виділяє соціальний інтелект, характеристики мовлення, професійні особливості уваги, пам'яті та інших психічних процесів [8, с. 41].

Сервісна діяльність все активніше отримує значення критерію отримання замовлення у тих галузях, де конкуренція за ціною, якістю та надійністю вже неможлива, тому що усі компанії – виробники застосовують в основному одні й ті самі високотехнологічні методи виробництва товару та послуг. Це означає, що клієнт буде обирати не просто між хорошою та відмінною якістю отриманої послуги. На перший план для нього виходить сам процес обслуговування у той момент, коли він отримує сервісну послугу. Якщо продавець послуги зуміє зацікавити клієнта запропонованою послугою – її якістю, рівнем обслуговування, то клієнт ще не раз звернеться саме до цього продавця.

Сервісна діяльність, що направлена на надання клієнту якісних послуг, багато в чому залежить від таланту, досвіду та знань тієї людини, яка їх надає. Саме тому дуже важливо приділяти особливу увагу розвитку культури сервісу, оскільки кожна організація прагне побудувати свої стосунки з клієнтами таким чином, щоб вони були привабливими для потенційних клієнтів, а постійні клієнти поверталися знову. Розбудова таких стосунків – це цілий процес, який має бути гнучким, але у той же час добре організованим.

Культура сервісу має ключове значення для розвитку будь-якої організації, оскільки рівень культури сервісу безпосередньо формує її образ в очах клієнта. Прагнучи виділитися на ринку праці, організації приділяють велику увагу роботі над створенням позитивного образу своєї організації для всіх, хто є важливим для її життя і процвітання – працівників, клієнтів, партнерів, спонсорів і т. д. Реалізовується даний образ через культуру обслуговування.

Етичні основи професійної культури працівників сфери сервісу формуються з тих світоглядних уявлень та моральних цінностей, які визначають професійну поведінку працівників сфери обслуговування та регулюють їх стосунки зі споживачами. Етичні принципи спонукають працівників сфери сервісу засвоїти таке ставлення до клієнтів, яке вважається бажаним у суспільстві та полегшує процес обслуговування, робить його приємним та ефективним для обох сторін.

Важливими моральними категоріями професійної культури працівників сфери обслуговування є:

- чесність та порядність у ставленні до інших;
- совісність та відкритість у стосунках зі споживачами;

- повага та ввічливість;
- розуміння своїх професійних обов'язків у взаємодії з клієнтами.

Зазначені принципи складають ту моральну основу, без прийняття якої неможливе формування професійної культури працівників сфери обслуговування. У сфері послуг важливість етичних норм відчувається не лише у взаємодії працівників зі споживачами, але і працівників між собою. На сервісному підприємстві особливе значення отримує моральний клімат: відсутність конфліктів, приниження, роздратування, байдужості, наявність ставлення один до одного з повагою.

В. Федцов визначив основні норми службової етики працівників сфери обслуговування: уважність, ввічливість, витримка, терпіння, вміння володіти собою, хороші манери та культура мовлення, розвинений вербальний апарат, здатність уникати конфліктних ситуацій, а якщо вони виникають, успішно вирішувати їх [7, с. 52].

Професійна етика з'явилася раніше етичних наукових теорій про неї. Вона розвивалася на основі узагальненої практики поведінки кожної професійної групи. Професійна етика конкретизує загальні моральні вимоги та ті, що є необхідними для певної професії. А. Таушканова підкреслює, що професійна етика – це сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку. Змістом професійної етики є кодекси поведінки, що визначають певний тип моральних стосунків між людьми, та засоби обґрунтування даних кодексів [3, с. 115].

Професійно-службова етика сервісної діяльності – це сукупність вимог та норм моральності у ставленні до працівників сервісних закладів, які обов'язково мають бути реалізовані у процесі виконання ними своїх службових обов'язків. Професійна етика дозволяє конкретизувати ті загальні етичні принципи, які були вказані. Так наявність чесності та порядності робить неможливим обман споживачів; совісність застерігатиме від вчинків, що приносять клієнтам шкоду та неприємності; осмислення свого професійного обов'язку веде до того, що працівники чітко розуміють свої професійні завдання та готові у будь-який момент надати професійну допомогу споживачу.

Професійна етика базується на поняттях професійного обов'язку, що фіксує службові завдання та професійну честь людини та відображає місце та роль даної професії у житті суспільства. Якщо людина чесно виконуватиме свій обов'язок, то її діяльність буде соціально орієнтованою та може розглядатися як корисна для суспільства в цілому.

З точки зору сучасної етики в основі професійної етики лежить принцип гуманізму, тобто будь-яка діяльність має сенс лише тоді, коли вона має на увазі благо людини. Це є основою професійної моралі. Водночас у різних сферах діяльності існують специфічні вимоги до етики поведінки учасників. Основними складовими етики у сфері обслуговування є: культура спілкування, чесність, протекціонізм. Процес оволодіння принципами професійної етики сервісу є доступним для більшості працівників сфери обслуговування. Але для того, щоб цей процес був успішним, працівник має докласти немало зусиль для формування у себе відповідних ціннісних орієнтирів, рис характеру та звичок.

Особливий інтерес викликають спроби проаналізувати та систематизувати вимоги професійної етики до працівників сфери обслуговування. Ці вимоги відображені у спеціальному документі, що отримав назву „Пам'ятка – правила з культури побутового обслуговування”. Нижче наведено її основні положення:

- кожен замовник має відчувати, що йому раді;
- кожен відвідувач – потенційний замовник;
- привітний погляд, добра посмішка у поєднанні з діловою поведінкою створюють дружній контакт та полегшують обслуговування;
- приймайте замовника таким, яким він є;
- будьте тактовними, ввічливими, привітними, але ввічливість не повинна переходити в догідливість. Ввічливість самий надійний засіб у спілкуванні з людьми різного віку, характеру та темпераменту;
- уважність працівника – одна з основних умов сприятливого морально-психологічного клімату в салоні, ательє, майстерні. Неуважність – найбільше зло у відношенні до замовника;
- ніщо так не травмує психічно, не пригнічує як байдужість, зневажливе ставлення до людини;
- вмійте володіти собою, проявляти витримку та терпіння;
- бережіть себе, не дозволяйте собі надто роздратовуватися;
- відповідайте на грубість витримкою та ввічливістю;
- ніколи не залишайте без уваги претензії та заперечення замовників;
- щире та своєчасне вибачення – не приниження, а достойне визнання певної провини, ознака культури;
- кожен вчинок працівника має бути вмотивованим і не викликати у замовника сумнівів у його справедливості;
- дотримуйтеся узгодженого із замовником часу приходу;

- тримайтеся прямо, не опускайте голову донизу, коли вас бачать, а особливо, коли ви розмовляєте з замовником;

- намагайтеся рівномірно розподіляти своє фізичне та психічне навантаження, не забувайте про години основного потоку відвідувачів;

- бережіть честь підприємства та своїх товаришів та ін.

У наведених вище етичних вимогах відображаються цінності професійних груп, що поєднують працівників сфери обслуговування, тобто в етичних кодексах професій відображається один з найбільш важливих компонентів професійної культури.

Етичні аспекти сервісної діяльності тісно переплітаються з культурою обслуговування. Е. Уткін вважає, що культура обслуговування – це організаційна культура, що направлена на обслуговування клієнтів на основі визначення певних правил, процедур, практичних вмінь та навичок. [5; с. 420] Культура обслуговування диктується політикою підприємства, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування та іншими заходами.

Культура обслуговування працівника сервісного підприємства припускає наявність наступних професійних характеристик їх роботи:

- професійної підготовки;

- високого рівня професіоналізму(дисципліни, відповідальності, володіння професійними навичками, майстерності, широкого кругозору та надійного загального розвитку);

- організаційно-технологічного вдосконалення праці.

Особливості культури сервісу завжди пов'язані з національними елементами культури. У наш час іде відродження багатьох конструктивних традицій, пов'язаних з культурою обслуговування. Перед сучасним сервісом стоїть завдання поєднання національних особливостей та міжнародних принципів сервісної культури. Важливо, щоб усі працівники розуміли значення вдосконалення професійної майстерності і для індивідуального розвитку, і для ефективної роботи усього закладу.

Професіоналізм в роботі формує позитивний імідж закладу в очах клієнтів, що супроводжується зростаючими доходами, хорошою репутацією у професійній сфері. Культура обслуговування має ключове значення для розвитку будь-якої організації, оскільки рівень культури сервісу безпосередньо формує її образ в очах клієнта.

Отже, професійна культура працівника сфери обслуговування – це комплексне поняття, що включає в себе професійні знання вміння та навички у поєднанні з морально – етичними нормами та постійним професійним самовдосконаленням.

Список використаних джерел:

1. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки і підприємництва: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / В. Я. Бобров. – К.: Вища школа, 2003. – 719 с.
2. Виходець О. М. Засади культури організації / О. М. Виходець – Одеса: Олтех, 2008. – 140 с.
3. Зарецкая И. И. Профессиональная культура личности / И. И. Зарецкая // Понятийный аппарат педагогики и образования: Сб. науч. тр. – Екатеринбург, 1996. – 274 с.
4. Ничкало Н. Г. Європейський контекст у трансформації професійно-технічної освіти України / Нелля Ничкало // Шлях освіти. – 1998. – №2. – С. 14-18.
5. Профессиональная педагогика: [учебник для вузов / Отв. ред. С. Я. Батышев. – М.: Ассоциация „Профессиональное образование”, 1999. – 904 с.
6. Ройзман Б. И. Профессиональная ориентация и обучение в сфере обслуживания / Б. И. Ройзман, В. Н. Зубков. – М.: Высшая школа, 2000. – 95 с.
7. Федцов В. Т. Профессиональная этика и культура бытового обслуживания: [учеб. пособие для кадров массовых профессий] / В. Т. Федцов. – М.: Легпромбытиздат, 1999. – 96 с.
8. Яценко В. А. Педагогические условия подготовки старшеклассников к обоснованному выбору профессий сферы обслуживания: дис. ... канд. пед. наук. / Яценко В. А. – М, 1999. – 149 с.