

Уляна БІЛИНСЬКА

ІНІІАІ²ІДІАЕАІЕІДІОАЊ²ЕІІ-АДЕЕЕЕАД²АІЕЕА
ААІОАЕУІІІОА²СІАЊ²

Досліджено проблеми професійної поведінки у сфері готельного бізнесу. Розглянуто поняття професійної етики. Проаналізовано питання якості надання послуг, досягнення високого рівня обслуговування та етичності працівників сфери гостинності. Запропоновано деякі ключові аспекти управління готельним бізнесом, зокрема для керівників закладу.

The article deals with the professional behaviors in the hotel industry. It is considered that the concept of professional ethics. It is analyzed the question of quality of service, achieving a high level of service and ethics of hospitality workers. As a result of the research, a few key aspects of the management in the hotel business, particularly for institutional leaders.

Означена проблема виникає насамперед тому, що фахівець недостатньо обізнаний у специфіці роботи сфери обслуговування. Фахівці сфери гостинності мають розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, навчання, досвіді і внутрішній культурі. Саме поведінка персоналу, рівень його професіоналізму має великий вплив на отримання прибутку підприємства сфери гостинності.

Над дослідженням теоретичних основ кадрового забезпечення в сфері гостинності працювали зарубіжні науковці В. О. Квартальний, І. В. Зорін, Т. І. Власова. Автори велику увагу приділяють підготовці фахівців для сфери туризму і зазначають, що за основу взято освітні галузеві стандарти, зміст яких дидактично обґрунтовано та експериментально перевірено. Зокрема, вітчизняний досвід розроблення стандартів свідчить, що стандарт професійної освіти і навчання містить перелік трудових операцій, які мають визначитися в межах певної професійної діяльності, а також пов'язані з ними знання, уміння та навички, які допоможуть у професійній діяльності.

Основне завдання полягає у тому, щоб навчити фахівця зрозуміти специфіку роботи в сфері обслуговування, розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, яка базується на рівні підготовки фахівця й навчання, досвіді і внутрішній культурі. Саме поведінка персоналу та рівень його професіоналізму має великий вплив на отримання прибутку підприємства сфери гостинності.

Сьогодні саме той час, коли самостійна Україна робить кроки до інтеграції в Європу, у світ, де господарюють економіки з високорозвинутими технологіями. Ринковий готельний бізнес, якого ми прагнемо досягти, неможливий без загальноукраїнських нормативних технологічних засад, особливо в галузі гостинності, яку можна вважати національною рисою українського народу. Саме в українців збереглася традиція зустрічати почесних гостей хлібом-сіллю.

Індустрія гостинності є сукупним поняттям, що охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов'язані з продажем, прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку. Вона охоплює всю сферу послуг, не тільки готельну та ресторанну справу, а й туристичний і транспортний бізнес, лікувально-профілактичний бізнес, рекреаційну індустрію, конгресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес.

У будь-якій готельній справі виділяють такі основні підрозділи: адміністрацію; службу управління номерним фондом; харчування; інженерно-технічну службу; допоміжні та другорядні служби. Деякі з них займаються виробництвом послуг (пральня, кухня), інші – їх наданням (покоївки, ресторан), і всіх об'єднує інформаційне забезпечення та обслуговування (бронювання, порт'є). Кожна структура визначає повноваження й обов'язки працівників, кожен підрозділ використовує специфічну технологію, а всі разом прагнуть однієї мети – задоволення потреб клієнта.

Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу. Клієнт не залежить від нас, але ми залежимо від нього. Клієнт не заважає роботі закладу, а навпаки є її сенсом і ціллю. Підприємство гостинності не робить клієнтові послугу, обслуговуючи його, а гість робить послугу, надаючи можливість його обслужити. В очах готельєрів клієнт – це «король», а задоволення його потреб є найважливішим завданням працівників індустрії гостинності. Іншими словами, клієнт завжди правий [1].

Працівник сфери гостинності – обличчя готелю, і надзвичайно важливим є позитивний відгук та перше враження споживачів готельних послуг при наступному виборі певного готелю.

Будь-який керівник готельного підприємства стурбований якістю наданих послуг. Якість у готельному бізнесі – це розуміння, репутація, гарантія конкурентоспроможності та популярності. Зупиняючись у готелі, ми стикаємося на рецепції з портьє, далі – з офіціантами, носіями багажу, іноді помічаємо в коридорі покоївку. Сприятливе враження справляє той готель, де обслуговування ненав'язливе, персоналу «не чути і не видно», але при цьому всі побажання виконуються. Проте, як показує практика, не завжди якість роботи готельного персоналу залежить від «зірковості» готелю.

Кількість наданих послуг і ціни – факт, безумовно, показовий, і відсутність, наприклад, халата в п'ятизірковому готелі викликає німе запитання і роздратування клієнта. Прикра дрібниця, неприємна розмова з пред'явленням претензій, якщо прохання повторювалася двічі або тричі. Чи не це показник якості роботи?

Проілюструємо таку ситуацію. Зіткнення з персоналом двозіркового готелю: неусміхнений портьє, офіціант з нав'язливим німим проханням чайових, курний туалетний столик і регіт покоївок у коридорі. Знову претензії, розгляди, неприємний осад від неякісного обслуговування.

Вміння спілкуватися з людьми – талант, дар, а крім того, необхідна якість для працівника індустрії гостинності. Таких людей небагато. І цілком очевидно, що ми не зможемо відбирати людей для роботи, роблячи даний критерій основним. Питання в тому, чи можна навчити щиро любити людей? Чи можна навчити природно посміхатися, швидко реагувати на прохання і якісно їх виконувати?

Безсумнівно, моральна обстановка впливає на якість виконаної роботи. Але це вже питання професійної етики. Саме етиці варто приділити увагу в першу чергу. Питанням професійної етики займалися ще Аристотель, Конт, Дюркгейм. Професійна етика виникла спочатку як вияв повсякденної моральної свідомості, потім вже розвивалася на основі узагальненої практики поведінки представників кожної професійної групи. Ці узагальнення містилися як у писаних, так і в неписаних кодексах поведінки.

Професійна етика – це сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку [2]. Суспільство розглядає моральні якості працівника як один із основних елементів його професійної придатності. Загально-моральні норми повинні конкретизовані в трудовій діяльності людини з урахуванням специфіки його професії. Отже, професійна мораль має розглядатися в контексті загальноприйнятої системи моралі. Порушення трудової етики руйнує загальні моральні установки, і навпаки. Безвідповідальне ставлення працівника до своїх професійних обов'язків небезпечно для оточуючих, завдає шкоди суспільству, може призвести навіть до деградації особистості. У сучасному суспільстві перерахування особистісних якостей індивіда починається з його ділової характеристики, ставлення до праці, рівня профпридатності. Справжній професіоналізм спирається на такі моральні норми, як чесність, вимогливість до себе і колег, відповідальність за результати своєї праці, повага до людської гідності, честь, благородство, совість, почуття обов'язку та інші.

Науковий підхід до професійної етики частіше дотичний до категорії «працівник», рідше «керівник». Також недостатньо уваги приділяється взаємозалежності системи «керівник-працівник». Саме в такому зв'язку виникає найбільша кількість непорозумінь і конфліктів. Побудувати внутрішні відносини колективу здатна налагоджена система навчання усередині готелю, оскільки вона складається не тільки з особливостей повсякденної роботи, а й з особливостей ділової етики, включаючи деталі властиві тільки даному закладу, закони, за якими живе весь трудовий колектив.

Існує категорія людей, яким робота в готелі протипоказана. Навіть пройшовши за конкурсом і зайнявши вакантну посаду, такі люди довго не витримують і звільняються. Тому необхідна умова системи відбору кандидатів – зниження ризику потрапляння таких людей в готелі. П'яти- і чотиризірковим готелям необхідно застосовувати сильніші засоби найму працівників, і терміни «система найму», «інтерв'ювання», «атестація», «ротація», «тренінг» активно використовуються в повсякденній роботі. Повсякденність і системність – необхідна умова в даній специфіці, оскільки характер роботи з

персоналом в готелі має повсякденний характер; готель працює і «живе» цілодобово; контроль якості надаваних послуг має здійснюватися 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 365 днів у році. Контроль роботи, увага до персоналу, оперативне коректування помилок і недоліків, інформованість – все це і є виконання норм ділової етики.

Елементи ділової етики безпосередньо впливають на вмотивованість персоналу [3]. Відчуття контролю, увага до роботи, чітке розуміння напрямків у роботі та розвитку створює відчуття впевненості в завтрашньому дні. Грошові заохочення за відмінну роботу – природний результат якісно наданих послуг. З іншого боку, є абсолютна впевненість, за що буде покарання, пропорційно тяжкості певного вчинку. Не враховувати проблеми, не доводити результати перевірок до керівництва або відкрито порушувати правила на очах у здивованих працівників – важкі порушення професійної етики, що тягнуть за собою зниження якості наданих послуг.

Автор рекомендує звернути увагу на порушення, які виникають не від працівників, а від керівників, внаслідок чого страждає працівник.

У наш час існують різні трудові колективи, різні готелі, але проблеми в них як були, так і залишаються дуже схожими.

Проаналізуємо ситуацію «навиворіт», тобто як саме не потрібно управляти персоналом.

Отже, позначимо такі основні аспекти:

– керівник не повинен перебувати занадто «високо». У готелі керівник – це його серце. Від того, як воно «б'ється», залежить і настрій колективу, і вчинки підлеглих. Зустріч директора з його колективом є дуже важливою умовою, оскільки керівник відчуває і бачить настрої і бажання кожного із працівників, і в результаті може прийняти більш адекватне рішення;

– керівник не має права втомлюватися, не мати бажання працювати. А ще він не має права своєю поведінкою поставити під сумнів репутацію підприємства. Моральний клімат порушити легко, а помилки такого роду довго не забуваються;

– керівник не має права вибирати улюбленців. Неприпустимі також дружні та «кумівські» відносини, бо все це кардинально впливає на репутацію людини в колективі. Дружні та інші відносини можливі тільки за межами підприємства і поза межами робочого часу;

– керівник не має права заохочувати поширення чуток, утворення коаліцій, публічних і негласних знущань і переслідувань членів трудового колективу за професійними й особистими питаннями, незалежно від займаної посади і віку. Однак керівник має знати про всі подібні ситуації, бути в курсі колективних настроїв;

– керівник не має права не виконувати обіцянки, а також забувати про плани, зустрічі. Обман не додасть авторитету, а навпаки різко знизить мотивацію усередині колективу;

– керівник не має права перевищувати свої повноваження, незалежно від характеру ситуації. Це стосується передусім лінійних керівників рівня заступників і начальників служб. Занадто командний тон або неадекватна, брутальна поведінка також не підвищать авторитету. Особливу увагу необхідно звернути на молодих керівників, підлеглих яких значно старші за віком. Вони є доволі грамотні, але не володіють життєвим досвідом, і, що найголовніше, досвідом людських відносин. А це є пріоритетним фактором для прийняття мудрих рішень і просто мудрої людського поведінки.

Зміни – важке випробування для всього колективу. Саме в цей час необхідне чітке розуміння, куди все рухається, що необхідно робити, як чинити. Будь-який тиск – неприйнятний. Рекомендується плавний, якомога безболісний перехід. Найгірше, що може бути в даній ситуації – незавершеність процесу. Будь-які зміни мають бути доведені до логічного завершення.

Вкажемо також на інші важливі моменти. Проблема «батьків і дітей». На ринку готельних послуг спостерігається явна тенденція до зниження віку обслуговуючого персоналу. Плюси очевидні. До мінусів зарахуємо відсутність практичного досвіду – це упущення навчальних програм. Небажання починати роботу в непрестижних готелях. Небажання працювати на непрестижних посадах. Невідповідність знань, досвіду і зарплати. У багатьох готелях персонал краде. Страшно сказати, але в 70% випадків молодь, молоді фахівці теж починають красти, оскільки вони не зможуть вижити в колективі. Це етична проблема, боротися з якою необхідно спільними зусиллями – як у навчальному закладі, так і на підприємстві.

Не можна діяти «абияк». У готельній справі неякісно виконане завдання тягне низку помилок. Неважливо, хто саме недобросовісно працює – «відповідь» репутація готелю. Невиконання заявок на

закупівлі — це халтура. Погано прибрана вбиральня — це теж халтура. У ресторані немає чорного хліба — і це халтура.

Не можна переносити свій емоційний стан на колег, виявляти особисту неприязнь. Є робота, яку необхідно робити якісно, все інше — вторинне. Питання професійної етики стосуються всіх без винятку категорій працівників.

Отже, професійна культура фахівців сфери гостинності включає здібності до постійного навчання і самоосвіти. Працівник, який прагне до вдосконалення своїх здібностей та вмінь, в подальшому сприятиме розвитку і створенню позитивного іміджу підприємства. Для забезпечення якісної роботи готельного підприємства потрібна колективна і системна робота, оперативне вирішення організаційних, фінансових, технічних питань. Рішення етичних проблем значно полегшить подальше становлення ринку індустрії гостинності, послугами якого ми могли б пишатися незалежно від «зірковості» готелю.

Література

1. *Варипаєва Л. М. Сучасні підходи до питань ділової етики в українському бізнес-суспільстві / Л. М. Варипаєва // III Всеукраїнська міжвузівська наукова конференція студентів та аспірантів «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності». — Одеса : ОНАХТ. — 2013. — С. 244.*
2. *Ильина Т. А. К вопросу о профессиональной ориентации и профессиональном отборе в педагогические учебные заведения / Т. А. Ильина // Современная педагогика. — 1998. — С. 87–92.*
3. *Климов Е. А. Психология профессионала / Е. А. Климов. — М. — Воронеж, 1996. — 234 с.*
4. *Мовчан В. С. Етика : навч. посіб. / В.С. Мовчан ; 3-тє вид. [випр. і доп.]. — К. : Знання, 2007. — 483 с.*
5. *Руденко В. П. Основи готельної справи [Електронний ресурс] / В. П. Руденко. — Режим доступу : // http://pidruchniki.ws/14170120/turizm/teoretichni_osnovi_gotelного_gospodarstva.*