

Гузенко І. І.

Професійний етикет у сфері обслуговування

Лекція з навчальної дисципліни

«КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ»

для студентів спеціальності:

241 – «Готельно-ресторанна справа»

«ЗАТВЕРДЖЕНО»”

на засіданні кафедри

гуманітарних дисциплін

«31» серпня 2018 р. протокол № 1

ЛЕКЦІЯ 4. Професійний етикет у сфері обслуговування

1. Оцінка психологічної поведінки споживачів.

2. Стандарти етикету обслуговуючого персоналу.

Етикет у перекладі з французької означає «ярлик», «етикетка». У сучасному розумінні це сукупність правил поведінки, які стосуються зовнішніх проявів ставлення до людей (словесні форми ввічливості, поведінка в громадських місцях, манери і одяг). Етикет – система норм і правил, що регулюють зовнішні форми поведінки людей та їх взаємини в процесі спілкування.

Традиційно розрізняють **різновиди етикету**:

- **військовий етикет** – звід загальноприйнятих в армії правил, норм до поведінки військових у всіх сферах їхньої діяльності;
- **дипломатичний етикет** – правила поведінки офіційних осіб на різних дипломатичних переговорах, візитах, прийомах;
- **церковний етикет** – правила поведінки, які склалися упродовж тривалого часу на основі норм християнської моралі;
- **придворний етикет** – регламентований порядок встановлений при дворах монархів;
- **службовий етикет** – сукупність найдоцільніших правил поведінки людей у трудових колективах. Ці правила зумовлені найважливішими принципами загальнолюдської моралі;
- **мережевий етикет** – (Інтернет етикет) – формальні правила поведінки, спілкування, традицій у мережі;
- **світський етикет** – сукупність правил і традицій, якими послуговуємося у щоденному спілкуванні.

1. Оцінка психологічної поведінки споживачів

Керувати собою – це, насамперед, наслідувати кращому і створювати у собі гармонію, такт, рівновагу, шанобливе ставлення до людей.

Усі ці якості, без особливих труднощів досягаються в результаті самовиховання. Необхідність глибше пізнавати людей привела відомого лікаря

стародавнього світу Гіппократа, до розподілу типів людських індивідуальностей на чотири темпераменти:

Сангвінік – врівноважений, рухливий, жвавий, емоційно виразний, чуйний.

Флегматик – спокійний, повільний, послідовний.

Холерик – нестримний, різкий у своїх проявах, характерні бурхливі реакції.

Меланхолік – похмурий, несміливий, невпевнений, нерішучий, переважає пригнічений душевний стан, страх перед труднощами.

На основі вивчення норм поведінки людей сучасний етикет дозволяє впевнено надавати якісні послуги споживачам закладів готельно-ресторанної сфери.

Психологи визначають норми поведінки споживачів готельно-ресторанних послуг.

Самовпевнені

У них рішуча, тверда хода і вільні, невимушені рухи. Вони вітаються першими, самі вибирають місце, не вагаються у виборі страв та напоїв.

Нерішучі

Переступаючи поріг зали, вони злякано оглядаються, готові сісти в закутках зали, щоб ніхто не звертав на них уваги. Сором'язливі. Довго вивчають асортимент послуг і звертаються за порадою.

Комунікабельні

Зайшовши до ресторану, вітаються першими, усміхаються. Їм властива фамільярність. Вони відразу починають розмовляти на теми, не дотичні до роботи закладу.

Нервові

Заходять до зали, не відповідаючи на привітання, бурчать, стукають нервово пальцями по столу. Якщо не звертати увагу на їх безцеремонність, вони починають робити різкі зауваження, що, зазвичай, призводить до конфлікту.

Недовірливі

Їх можна відразу зауважити за гримасами, іронічною усмішкою, критичними зауваженнями. Вони виявляють недовіру до обслуговуючого персоналу, люблять висловлювати образливі зауваження.

Зарозумілі

Це неприємні споживачі. Бажано ввічливо виконати їх замовлення, не звертаючи уваги на їхню поведінку. Діалог з такими споживачами краще звести до відповідей на запитання.

Поважні гості

Таких гостей дуже легко розпізнати за зовнішнім виглядом: вишуканий, елегантний одяг, впевнена хода, хороша риторика.

Випадкові

Це гості, які вперше відвідали заклад. Персонал не повинен їм показувати, що вони менш важливі, ніж постійні гості.

Ділові

Така категорія споживачів залежна від часу. Все залежить від обставин їхньої роботи, а тому потребують певної уваги з боку персоналу.

Гості-інваліди

Цій категорії гостей не потрібно демонструвати перебільшеного співчуття, їм необхідно запропонувати зручні місця. Якщо у гостя дефект мови, необхідно уважно вислухати його, та говорити з ним повільно.

Гості-дієтики

Це, насамперед, особи хворі на діабет. Бажано запропонувати їм відповідні страви.

Іноземні гості

Для іноземців обслуговуючий персонал підприємства – представник своєї держави. Тому до таких гостей необхідно виявляти особливу увагу і турботу. Важливо, щоб персонал контактної зони володів іноземними мовами, це додає престижу закладу і створює невимушену, доброзичливу атмосферу.

2. Стандарти етикету обслуговуючого персоналу

У повсякденній роботі сучасні заклади готельно-ресторанної сфери керуються принципами етикету, який спрямований:

- на створення сприятливого враження з першого погляду;
- формування привітності, ввічливості усього персоналу;
- поінформованості кожного працівника про всі складові процесу обслуговування;
- ефективного обслуговування кожного споживача;
- прояву гнучкості до бажань споживачів;
- стабільності рівня якості послуг щодня, щотижня, щороку;
- мистецтва особистого контакту з гостем, ефективну взаємодію з ним.

Важливими чинниками, що впливають на враження споживачів про заклад є архітектурні рішення та ландшафтний дизайн (зовнішній вигляд закладу), дизайн інтер'єру (внутрішнє оформлення приміщень закладу), зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу, якість продукції та послуг, психологічна атмосфера та етикет.

Стандарт обслуговування – це встановлені закладом, фірмою, або компанією правила щодо якості обслуговування в певному закладі сфери гостинності.

Етика працівників контактної зони

Основні положення:

- необхідно першим привітати гостей закладу;
- підтримувати візуальний контакт;
- у випадку, якщо гість не бажає чекати, запропонуйте йому візитівку з контактним телефоном закладу;
- потрібно уважно вислухати гостя, не перебиваючи;
- якщо у вас виникли сумніви, як відповісти на питання гостя, необхідно попросити вибачення і запросити адміністратора;
- необхідно побажати приємно провести часу у закладі;
- ваші рекомендації повинні бути тактовними і не нав'язливими;
- необхідно ввічливо відмовити гостю, якщо він поводить себе не достойно у закладі;

- для висловлювання своїх емоцій, надавати відвідувачу книгу пропозицій закладу;

- діалог із споживачем звести до відповідей на запитання;
- спілкуватися стримано та шанобливо;
- стежити за зовнішнім виглядом.

Вимоги до етичного спілкування зі споживачами

- підтримувати позитивний імідж закладу;
- ввічливо спілкуватися з гостями та партнерами;
- володіти ораторською майстерністю;
- володіти прийомами ведення переговорів з гостями;
- дотримуватися правил ведення ділової переписки;
- аналізувати і враховувати претензії і побажання гостей;
- вирішувати конфліктні ситуації;
- володіти іноземними мовами;
- використовувати прийоми ділового спілкування;
- дотримуватися правил етикету;
- володіти професійною культурою мови;
- володіти комунікативними якостями;
- володіти основами граматики, лексики, фонетики;
- підтримувати візуальний контакт з гостем.

Кожен заклад готельно-ресторанного бізнесу розробляє свої стандарти обслуговування.

Література

Основна

1. Андрєєва І. В. Етика ділових відносин / Андрєєва І. В. – Зб.: Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавіна Р. Н. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Ботавіна Р. Н. – М.: Фінанси і статистика, 2004. – 208 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібн. / Гах Й. М. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.

4. Герасимчук А. А. Етика та етикет / Герасимчук А. А., Тимошенко О. І. – К.: ЄУ, 2006. – 350 с.
5. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посібн. / Герчанівська П. Е. – К.: Політехніка, 2005. – 152 с.
6. Дубовик С. Мовний етикет у професійній культурі педагога / Педагогічна освіта: теорія і практика: зб. наук. пр. – К., 2008. – № 9. – С. 15-19. – Сер.: Педагогіка. Психологія.
7. Етика: навч. посіб. / Т. Г. Аболіна, В. В. Єфіменко та ін. – К. – 1992. – 231 с.
8. Етика: навч. посіб. / Аболіна Т. Г., Панов М. І., Стасевська О. А. та ін. – К., 2002. – 225 с.
9. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
10. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
11. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посібн. / Кубрак О. В. – Суми: Університетська книга, 2002. – 288 с.
12. Малахов В. Г. Етика: курс лекцій. / Малахов В. Г. – К.: Либідь, 2000. – 304 с.
13. Малахов В. А. Етика. Курс лекцій: навч. посіб. – К., 2004. – 384 с.
14. Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручн. / Мартиненко М. М. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
15. Основи бізнесу: навч. посіб. / Ларіна Я. С., Мочерний С. В., Фомішина В. М., Чеботар С. І. – К.: Академія, 2009. – 384 с.
16. Палеха Ю. І. Ділова етика: навч.-методичний посібн. / Палеха Ю. І. – К.: ЄУФІМБ, 2000. – 250 с.
17. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібн. / Палеха Ю. І. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
18. Психологія: підручник / за ред. чл.-кор. АПН України Ю. Л. Трофімова. – К., 2001. – 558 с.
19. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум: навч. посіб. – К., 2006. – 232 с.

20. Романовський О. Г. Ділова етика: навч. посібн. / Романовський О. Г., Пономарьов О. С., Лапузіна О. М. – Харків: НТУ «ХПІ», 2006. – 364 с.
21. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту: навч. посібн. / Сердюк О. Д. – К.: Професіонал, 2004. – 432 с.
22. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібн. / Статінова Н. П., Радченко С. Г. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
23. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібн. / Стоян Т. А. – К.: Центр навч. літератури, 2004. – 232 с.
24. Толстов В. М. Етика та естетика: конспект лекцій. – Х. – 2004. – 33 с.
25. Тофтул М. Г. Етика: навч. посіб. – К. – 2005. – 414 с.
26. Цапова В. О. Ділова етика як складова частина духовно-етичного самовизначення людини / Цапова В. О. // Духовність українства. – 2002. – № 4. – С. 110-114.
27. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібн. / Чайка Г. Л. – К.: Знання, 2005. – 442 с.

Додаткова

1. Валюк О. Я. Наукові концепції моралі й моральності / О. Я. Валюк // Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України Проблеми сучасної психології. – 2010. – Випуск 7. – С. 75–86.
2. Гасюк Л. М. До проблеми визначення сутності поняття «професійна етика» / Л. М. Гасюк // Теоретичні питання освіти та виховання: Збірник наукових праць. – 2001. – Випуск 14. – С.100–102.
3. Гасюк Л. М. Етика в українському вимірі / Гасюк Л. М. // Вісник Черкаського державного університету: Психолого-педагогічні науки. – 2000. – Випуск 18. – С.23–28.
4. Демків Т. В. Моральні пріоритети людського буття / Т. В. Демків // Наукові записки КУТЕП. Серія «Філософські науки». – 2011. – Вип. 9. – С. 297–306.
5. Клічук А. В. Етичний аналіз справедливості як універсальної категорії міжіндивідуальних взаємин / А. В. Клічук // Вісник Київського національного

- університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Філософія. Політологія». – 2010. – № 100. – С. 10–15.
6. Мазурик М. Онтологічний вимір етичних категорій добра і зла / Марія Мазурик // Вісник НУ «ЛП». Філософські науки. – 2010. – № 661. – С. 25–31.
 7. Мовчан В. С. Етика: Навч. посібник / В. С. Мовчан. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 483 с.
 8. Сердюк О. С. Деонтологічний підхід в етиці бізнесу / О. С. Сердюк // Totallogy - XXI. Постнекласичні дослідження. – 2004. – Вип. 11. – С. 290–301.
 9. Тофтул М. Г. Проблема справедливості: етичний аспект / М. Г. Тофтул, Р. П. Шмат // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – № 31. – С. 3–5.
 10. Фальковська Л. М. Справедливість як предмет соціально-психологічного дослідження / Людмила Фальковська // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України; за заг. ред. М. М. Слюсаревського; упоряд. Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко. – К.: Міленіум, 2011. – Вип. 11. – С. 299–299.