

УДК 174.4:338.48

Борецька Н.П.,
доктор економічних наук, доктор,
професор кафедри бізнес-економіки та туризму,
Київський університет технологій та дизайну

Тимофєєва О.,
магістр,
Київський університет технологій та дизайну

Boretskaya Natalia,
Doctor of Economics, Doctor,
Professor of Business Economics and Tourism,
Kyiv National University of Technology and Design

Timofeeva Olga,
Master,
Kyiv National University of Technology and Design

ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Борецька Н.П., Тимофєєва О. Основні шляхи підвищення професійної етики персоналу підприємств у сфері гостинності. У статті індустрія гостинності розглянута як найважливіший складник спілкування, чий комунікативні та гуманістичні можливості можуть бути використані для налагодження діалогу культур. Зокрема, розглянуто питання прикладної етики: етичні норми поведінки співробітників готелю і вимоги ділового етикету, особливо у процесі прийому та обслуговування офіційних делегацій та почесних гостей. Актуальність цієї теми постає дуже гостро, адже в усіх індустріях гостинності є проблематика високої професійної культури, етичності персоналу, культури спілкування з клієнтами. Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, доброзичливої атмосфери. Для позитивного розв'язання проблем сфери гостинності велика роль відводиться вдосконаленню рівня керівництва підприємства. Висока вимогливість до керівного складу будь-якого рангу. У їхніх руках перебуває успіх справи, благополуччя людей, від їхньої професійної підготовки, творчої ініціативи, від уміння будувати взаємини з людьми у вирішальному ступені залежить успіх будь-якої справи або провали в роботі. Професійна культура працівників гостинності взаємопов'язана з усіма компонентами особистісної культури, насамперед із моральною, правовою, розумовою, естетичною, екологічною тощо. На її становлення і прояв впливає весь комплекс соціальних, економічних чинників. Розглянувши питання професійної культури фахівців сфери гостинності, можна сказати, що нині підприємства сфери гостинності функціонують як складний організм, ефективність функціонування й виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій, відповідних систем управління, а й від висококваліфікованих працівників.

Ключові слова: індустрія туризму, спілкування, сфера гостинності, туризм, етика, діловий етикет, професійна культура.

Борецкая Н.П., Тимофеева О. Основные пути повышения профессиональной этики персонала предприятий в сфере гостеприимства. В статье индустрия гостинности рассмотрена как важнейшая составляющая общения, чьи коммуникативные и гуманистические возможности могут быть использованы для налаживания диалога культур. В частности, рассмотрены вопросы прикладной этики: этические нормы поведения сотрудников отеля и требования делового этикета, особенно в ходе приема и обслуживания официальных делегаций и почетных гостей. Актуальность данной темы встает очень остро, ведь в всех индустриях гостеприимства существует проблематика высокой профессиональной культуры, этичности персонала, культуры общения с клиентами. Целью обслуживающего персонала является создание открытой, дружелюбной атмосферы. Для положительного решения проблем сферы гостеприимства большая роль отводится совершенствованию уровня руководства предприятия. Высокая требовательность к руководящему составу любого ранга. В их руках находится успех дела, благополучие людей, от их профессиональной подготовки, творческой инициативы, от умения строить взаимоотношения с людьми в решающей степени зависит успех любого дела или провалы в работе. Профессиональная культура работников гостеприимства взаимосвязана со всеми компонентами личностной культуры, в первую очередь с моральной, правовой, умственной, эстетической, экологической и тому подобное. На ее становление и проявление влияет весь комплекс социальных, экономических факторов.

Ключевые слова: индустрия туризма, общения, сфера гостеприимства, туризм, этика, деловой этикет, профессиональная культура.

Boretskaya Natalia, Timofeeva Olga. The main ways to improve the professional ethics of personnel in hospitality companies. Article hospitality industry is considered as the most important component of communication whose communication and humanistic features can be used for the dialogue of cultures. In particular, the issues of applied ethics: ethical behavior of staff and the requirements of business etiquette, especially during the reception and service of official delegations and dignitaries. The relevance of the topic appears very serious, because all of the hospitality industry there are problems of high professional culture ethics personnel, culture, communication with customers. The aim is to create attendants open, friendly atmosphere. Recently, the development of service paid to the importance of professional ethics of hospitality. This is due to the reorientation of the latest trends of service to customer service, therefore, the question of quality customer service at the forefront pushing in the provision of services, especially in the field of hospitality. Regimentation general principles and ethical norms of society are indicators of development of the given society and in the modern "society spozhyvynnya" such principles characterizing the country's attractiveness in the eyes of foreign tourists and local residents. For positive problem solving areas of hospitality, a great role in the improvement of the management. High demands on managers of any rank. In their hands is the success of the case, well-being, their training, creativity, the ability to build relationships with people to a great extent the success of any business or failures at work. Professional culture of hospitality workers correlated with all components of personal culture, especially with the moral, legal, intellectual, aesthetic, environmental and so on. On its formation and expression affect the whole complex of social and economic factors. Having considered the question of professional culture specialists in hospitality can say that today businesses scope hospitality function as a complex organism, and the efficiency of competitive survival depends not only on strategies, appropriate management systems, but also on highly skilled workers.

Key words: Tourism industry, communication, hospitality, tourism, ethics, business etiquette, professional culture.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку індустрії гостинності в Україні актуальним залишається питання професійної культури. Недосконалість теоретичних розробок професійної культури у сфері гостинності впливає на кінцеві економічні результати діяльності підприємства.

Успішна діяльність підприємства сфери гостинності залежить від злагодженої роботи всього колективу, командної роботи. Чи задоволеними будуть гості, напряму залежить від поведінки персоналу, вміння вчасно та непомітно для самого гостя виконати будь-яке його прохання.

З огляду на це, актуальним у наш час є виховання та підтримання високої професійної культури на підприємствах індустрії гостинності.

Огляд останніх досліджень. Над дослідженням теоретичних основ кадрового забезпечення у сфері гостинності працювали зарубіжні вчені В.О. Квартальний, І.В. Зорін, Т.І. Власова. Автори велику увагу приділяють підготовці фахівців для сфери туризму і

зазначають, що в основу покладено освітні галузеві стандарти, зміст яких дидактично обґрунтовано та експериментально перевірено. Зокрема, вітчизняний досвід розроблення стандартів засвідчує, що стандарт професійної освіти і навчання містить перелік трудових операцій, які повинні визначатися в межах певної професійної діяльності, а також пов'язані з ними знання, уміння та навички, які допоможуть в професійній діяльності.

Формулювання завдання дослідження. Майже на кожному підприємстві сфери гостинності є проблема професійної культури, пов'язана з питанням якості надання послуг, досягненням високого рівня обслуговування та етичністю працівників сфери гостинності, тому актуальність цієї теми нині постає дуже гостро. Проблема насамперед виникає тому, що фахівець не розуміє специфіки роботи у сфері обслуговування. Фахівці сфери гостинності повинні розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, навчання, досвіду і внутріш-

ній культурі. Саме поведінка персоналу, рівень його професіоналізму має великий вплив на отримання прибутку підприємства сфери гостинності.

Виклад основного матеріалу. Гостинність – це турбота, виявлена щодо гостя, і здатність почувати потреби клієнтів. Людина, яка переступила поріг готелю, без відчуття, що про неї піклуються, скоріше є споживачем, ніж гостем, прохачем, ніж постійним покупцем, неживим предметом, ніж людиною. Фахівці сфери гостинності повинні розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, досвіді, навчанні і внутрішній культурі. Культура обслуговування на підприємствах індустрії гостинності дуже важлива у створенні атмосфери гостинності [2].

Гостинність важко виміряти, це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчать. Однак належне навчання дає службовцю навички, необхідні для створення умов, за яких може проявитися гостинність. Наприклад, поінформованість працівників у всіх питаннях, що стосуються самого підприємства, його найближчого оточення навіть без явних проявів гостинності створюють у гостя відчуття домашньої обстановки. Результати гостинності визначаються позитивним або негативним сприйняттям сукупного процесу обслуговування (безпека середовища й умови обслуговування, якість обслуговування, форми поведінки обслуговуючого персоналу, комфортність навколишнього середовища, короткочасність очікування обслуговування).

Вимагає уваги з погляду прояву гостинності і різна продукція, що розповсюджується в готелі. Гості досить схвально відносяться до будь-якої настільної інформації, брошур, різних покажчиків. Атмосфера гостинності піддається серйозному випробуванню, якщо гість змушений запитувати про те, де знаходиться туалет, у працівника, обличчя якого явно виражає, що йому вже набридло кожній людині багато разів відповідати на подібні запитання. Позитивні результати гостинності виявляються в збільшенні постійних клієнтів підприємства, розширенні популярності його торговельної марки, підвищення прибутку.

Нині індустрія гостинності – це одна з великих систем сектора економіки, що швидко розвивається. Поняття «індустрія гостинності» прийшло до нас зі Сполучених Штатів Америки. Різні іноземні фахівці по-різному трактують поняття «індустрія гостинності» [5].

Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Індустрія гостинності є збірним поняттям для різноманітних і численних форм підприємства, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаному з прийомом і обслуговуванням гостей. Основні напрями індустрії гостинності: ресторанне господарство, розміщення, перевезення та відпочинок. Закордонна методологія індустрії гостинності включає в себе підприємства розміщення, ресторанного господарства, транспортного та культурно-розважального сектору. Необхідно відзначити, що сфера діяльності індустрії гостинності пов'язана з функціонуванням численних підприємств різної спрямованості і спеціалізації: готелі, ресторани, туристичні агентства, музеї, транспортні компанії, інформаційні центри і т. д.,

об'єднаних спільною метою – задоволення будь-яких запитів і бажань споживачів.

У науковій літературі дуже складно знайти точний опис поняття «індустрія гостинності». Існує тільки одне приблизне визначення індустрії гостинності. Це сукупність готелів і інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів ресторанного господарства, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення.

Ресторан – загальнодоступне підприємство ресторанного господарства, яке надає споживачам широкий асортимент страв складного приготування, в основному за індивідуальними замовленнями, і надає широке коло послуг.

Готель – це будівля (чи комплекс будівель) зі складним цілодобовим технологічним процесом, в якому клієнтам гарантується надання номерів (чи місць у номерах), а також додаткових послуг, спрямованих на комфортне, зручне й безпечне споживання готельного продукту.

Послуга (сервіс) – результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача щодо задоволення потреби останнього. За функціональним призначенням послуги поділяються на [9]:

- матеріальні – які забезпечують відновлення споживчих властивостей виробів або виготовлення нових за замовленнями громадян;

- соціально-культурні – які забезпечують підтримку і відновлення здоров'я, духовний та фізичний розвиток, підвищення професійної майстерності (медичні послуги, послуги культури, туризму, освіти тощо).

Технологія гостинності – це процес виробництва послуг, якість яких визначається створенням комфортних умов у середовищі гостинності, проявом персональної уваги до гостя, забезпеченням позитивного іміджу підприємства.

Якість послуги – сукупність характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача.

Процес обслуговування – це процес інформаційної взаємодії між гостем і обслуговуючим персоналом, який визначає кінцеві результати гостинності.

Якість обслуговування – сукупність характеристик процесу й умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або передбачуваних потреб споживачів.

Стандарт обслуговування – це встановлені організацією вимоги, що висувуються до послуг, які надає те чи інше підприємство індустрії гостинності.

Професіограма – це документ, що описує, по-перше, зміст роботи за певною професією, по-друге, вимоги до співробітника, який виконує цю роботу.

Конкурентоспроможність підприємств – це насамперед ефективне функціонування господарської системи підприємства, яке має ресурсний потенціал і здатне забезпечувати якість споживчого попиту. Бездоганний сервіс – привітність, дружелюбність, обізнаність, моторність, розрахунок часу, гнучкість, ввічливість, стабільність, одноманітність, особистий контакт з гостем, навіювання довіри, перевершені очікування гостя [3].

Корпоративна культура підприємств – це сукупність цінностей і переконань, що розділяються його співробітниками і зумовлюють норми їхньої поведінки в процесі обслуговування гостей або туристів.

Гостинність – комплексна послуга, якій притаманні певні споживчі властивості і яка створює позитивний образ закладу, означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, його комфортного середовища, стратегії та концепції. Сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі має бути скоординована розробленням моделі гостинності (рис. 1).

Модель гостинності включає чотири основні концепції, що визначають відносини в системі гостинності між «гостем (клієнтом) – послугою – середовищем гостинності» (рис. 2):

- гуманітарна концепція включає вироблення позитивного іміджу підприємства на морально-етичному рівні, створення емоційного задоволення гостя від спілкування з персоналом;

- технологічна концепція гостинності охоплює процес реалізації гуманітарних принципів обслуговування в поєднанні з комплексом особистих і професійно-кваліфікаційних характеристик обслуговуючого персоналу, матеріально-технічною базою підприємства, архітектурно-планувальними особливостями споруди, забезпеченням закладу розміщення інформаційними комунікаціями та інформаційною базою даних;

- функціональна концепція характеризує ефективність організації управління процесом обслуговування. Якість обслуговування визначається раціональністю побудови організаційної структури та реалізації принципів управління;

- комерційна концепція, пов'язана з отриманням доходів підприємством, визначається стратегією підприємства.

Модель гостинності відображає призначення підприємства, його філософську концепцію, визначає пріоритети, цінності та принципи, згідно з якими підприємство буде здійснювати свою діяльність в сфері послуг. Модель гостинності асоціюється з можливістю підприємства швидко реагувати на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, визначати суть існування і суттєві відмінності від інших підприємств [5].

У справжньому професіоналізмі обов'язково міститься етичний початок. Якщо працівники порушують свою професійну етику, переступають моральність, забувають про свої професійні норми, то результатом буде створення негативного іміджу підприємства, зневага з боку клієнтів.

Основою створення атмосфери гостинності будь-якого закладу є працівник, особливо працівник контактної зони, від професійної етики якого залежить успіх роботи підприємства загалом. Професійна етика працівника сфери послуг включає такі норми (правила) поведінки, які повинні забезпечувати постійно зростаючу культуру обслуговування,

ефективність і високу якість роботи. Професійна етика має на меті формування у працівника сфери обслуговування почуття професійного обов'язку та честі, вироблення навичок культури спілкування як з відвідувачами, так і зі своїми колегами. Вона слугує працівникові контактної зони орієнтиром на наявні еталони моральності.

Обов'язковими якостями працівника є привітність, ввічливість, тактовність. Кожен із них має прагнути під час обслуговування відвідувачів до цього зразкового набору. Професійна етика працівників сфери обслуговування містить чіткі моральні вимоги до їхньої поведінки. Працівник контактної зони зобов'язаний володіти своїм настроєм, не піддаватися хвилинному пориву роздратування. Вимоги професійної етики працівників сфери обслуговування визначаються в спеціальному документі (кодексі або стандарті) закладу [4].

Основні положення його, як правило, такі:

- кожен споживач послуги повинен відчути, що в закладі йому раді;

- кожен відвідувач – потенційний гість;

- привітний погляд, добра усмішка в поєднанні з діловою поведінкою створюють дружній контакт зі споживачем і полегшують його обслуговування;

- ввічливість – найбільш надійний засіб у спілкуванні з людьми різного віку, характеру та темпераменту;
- уважність працівника контактної зони – одна з основних умов високої культури обслуговування.

Неуважність – найбільший недолік у взаєминах зі споживачем; ніщо так не травмує психічно, не пригнічує споживача, як байдужість, зневажливе ставлення до нього; слід володіти собою, проявляти витримку та терпіння, берегти себе, не дозволяти собі надмірно дратуватися; відповідати на грубість гостя витримкою та ввічливістю; ніколи не залишати без уваги претензії та заперечення гостей; щире та своєчасне вибачення –

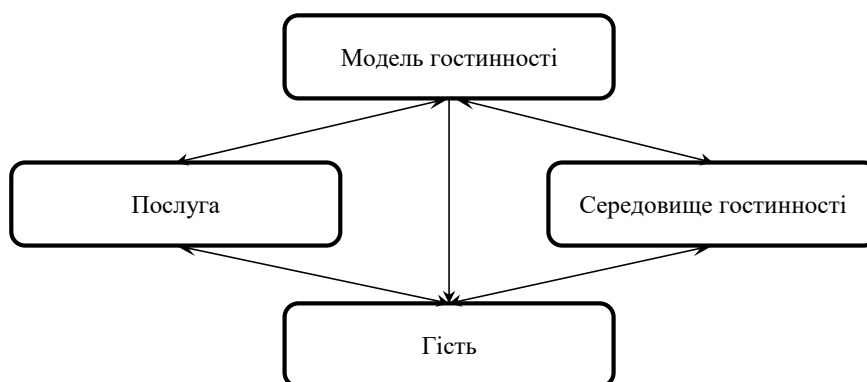


Рис. 1. Модель гостинності

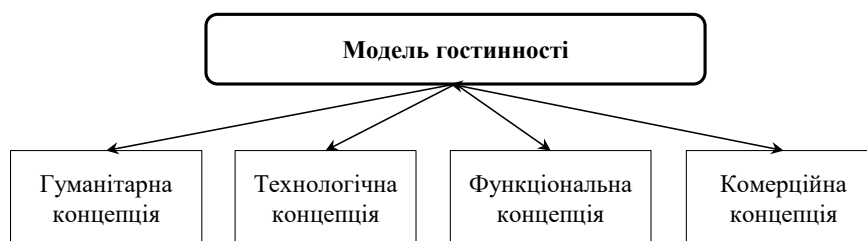


Рис. 2. Концепції моделі гостинності

це не приниження, а гідне визнання певної провини, це й ознака культури обслуговування; кожен вчинок працівника повинен бути мотивований і не викликати у споживача сумнівів у його справедливості.

Професійний етикет – це встановлений порядок поведінки обслуговуючого персоналу відносно споживачів і основи взаємин між собою всього обслуговуючого персоналу, функція зручності, тобто доцільність і практичність. Багато хто вважає, що етикет – гра у ввічливість, умовність. Якоюсь мірою це справедливо, якщо не брати в розрахунок того, що здебільшого це дуже практична умовність. Правила службового етикету наказують працівникові контактної зони зустрічати споживача (готелю, ресторану) з привітною усмішкою – як зовнішньою формою прояву доброзичливості. Усмішка під час зустрічі слугує важливим аргументом того, що споживач у конкретному закладі бажаний, його появі раді. На обличчях обслуговуючого персоналу ніколи не повинно бути злості, роздратування, яку б нетактовність ні допустив споживач. Обслуговуючий персонал підприємств індустрії гостинності повинен уміти керувати своєю мімікою, що досягається за допомогою тренувань. Професійний етикет регулює також і поведінку працівників. Поведінка людини – це сукупність вчинків, здійснених нею під час взаємодії з іншими людьми. Вона характеризує його потреби, смаки, погляди, особливості темпераменту та характеру, особистість загалом. Велике значення у регулюванні поведінки мають емоції та почуття [8].

Під час взаємодії зі споживачем послуг працівник сфери обслуговування вирішує низку професійно-етичних завдань, таких як:

- оцінка психологічної характеристики споживача;
- вибір способу підходу до споживача (установлення контакту);
- визначення своєї лінії поведінки загалом.

Працівникові контактної зони закладів гостинності необхідно будувати свою лінію поведінки, щоб завоювати довіру, розташувати до себе споживача послуг. Доброзичливість і привітність вимагають високої моральності та душевної чемності. Привітність працівників викликає у гостя почуття симпатії до них.

Ввічливість – такий рівень моральної поведінки, коли людина діє без контролю свідомості, в силу звички. Ввічливість працівника – це й вміння співпереживати відвідувачеві. Вона несумісна з нав'язливістю та настирливістю, протистоїть черствості та формалізму у спілкуванні. Люб'язність виявляється в готовності працівника сфери обслуговування зробити більше, ніж він зобов'язаний відповідно до посадових інструкцій.

Стриманість – це вміння контролювати свій настрій і почуття. Працівникам сфери обслуговування ніколи не слід приймати на свій рахунок непривітну поведінку відвідувачів.

Тактовність – це міра поваги й до інших людей, і до себе. Тактичний працівник зможе надати послугу, не підкреслюючи промахів інших людей. Він дбає не тільки про точність тих чи інших висловлювань, а й про їх форми.

Професійний (службовий) етикет – це сукупність норм і правил поведінки працівників під час обслуговування споживачів послуг. У професійному етикеті

містяться вимоги, які мають чіткий регламентований порядок щодо якості обслуговування [6].

Принципи професійного поведіння обслуговуючого персоналу полягають у створенні невимушеної, вільної обстановки, у якій кожний відвідувач почував би себе бажаним гостем. Принципи професійного поведіння обслуговуючого персоналу:

- постійна привітність, увічливість, тактовність, щирість до всіх споживачів;
- передбачливість, готовність до надання послуг і виконання прохань споживачів;
- доброзичливе й уважне ставлення до претензій споживачів;
- прийняття споживача таким, який він є, відмова від спроб повчати його;
- урівноваженість, спокій, стриманість.

Для успішного розв'язання нагальних проблем розвитку сфери гостинності потрібно активно формувати кадровий потенціал, кваліфіковано підготувати працівників, створювати відповідно до потреб ринку нові спеціальності у сфері туризму. Туризм не може розвиватися без професіоналів, зайнятих у ньому.

Професійна культура фахівців сфери гостинності включає здібності до постійного навчання і самоосвіти. Той працівник, який прагне до вдосконалення своїх здібностей та вмінь, у подальшому сприятиме розвитку і створенню позитивного іміджу підприємства.

Професійна культура – це сукупність вмінь працівника, його персональних та професійних якостей. На підприємствах індустрії гостинності не можна розмежовувати ці два поняття, оскільки гідний фахівець повинен поєднувати в собі такі якості, як: висока культура, привітність, швидка реакція, порядність, новаторство, здоров'я, гарна пам'ять, презентабельність, творчість, рівень кваліфікації, продуктивність та якість праці, вміння спілкуватися, трудова дисципліна, оперативність виконання функціональних обов'язків, знання іноземних умов. Працівники підприємств гостинності повинні володіти основами професійної етики, правилами міжнародних етичних норм, забезпечувати високу організованість праці та дисципліни.

Професійна культура у сфері обслуговування має певні відмінності від професійної культури фахівців інших галузей, оскільки насамперед спрямована на обслуговування споживачів та задоволення їхніх потреб. Професійна культура – це не рамки, в які себе ставить працівник, починаючи роботу на підприємстві гостинності, а можливість коригування своїх якостей в кращий бік [1].

Відомо, що в будь-якій справі людська праця є важливою детермінантою прибутковості, але у сфері обслуговування людська праця набуває таке значення, за якого саме існування єдиного господарського механізму ставиться в пряму залежність від якості праці. Останній час культурі обслуговування в індустрії гостинності приділяється велика увага.

Будь-який працівник готелю повинен вірити, що його власна якість обслуговування, яку очікує від нього клієнт, є найважливішим завданням в роботі. Успіх або невдача всієї системи обслуговування сконцентровані в моменті взаємодії обслуговуючого персоналу з клієнтом, і особливо важливо справити позитивне враження.

Персонал усіх категорій готелів повинен уміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, пови-

нен доброзичливо виконувати прохання проживаючого і щодо проживаючих проявляти стриманість і терпіння.

Професійна культура готельного працівника містить в собі всі елементи зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, уміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Культурі обслуговування потрібно приділяти постійну увагу, ні в якому разі це не повинно бути тенденцією тимчасовості та винятковості.

Постійне підвищення культури обслуговування – це витрати, довгостроковий внесок, заснований на забезпеченні розширення сегменту споживачів готельних послуг шляхом задоволення їхніх потреб. Це твердження засноване на дослідженні, результати якого свідчать, що витрати на залучення нового споживача в п'ять разів більші від витрат на те, щоб утримати постійного споживача за допомогою пропозиції якісного обслуговування. гостинність професійний культура етикет

Для підтримання високого рівня культури обслуговування підприємства готельного господарства розробляють внутрішні стандарти обслуговування та гарантованої якості послуг.

Розглянувши питання професійної культури фахівців сфери гостинності, можна побачити, що нині підприємства сфери гостинності функціонують і розвиваються як складний організм; їхній життєвий потенціал, ефективність функціонування й виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій, чіткої організаційної побудови, відповідних систем управління, а й від висококваліфікованих співробітників. Успіх діяльності підприємства визначається сильною культурою, особливим стилем, які сприяють досягненню й збереженню провідних позицій на туристичному ринку.

Грамотно обслужити клієнта – завдання не з легких. Тут потрібна висока майстерність працівника, для цього він повинен професійно бути підготовлений і володіти високою особистою культурою. Працівник сфери гостинності повинен уміти володіти своїм настроєм, не піддаватися хвилинному пориву роздратування. Поганий настрій не повинен відображатися ставленні до гостей і колег.

Нині на підприємствах сфери гостинності працює молодий недосвідчений персонал або такі, що не мають фахової освіти, а мають досвід, але цей досвід отримано за часів тоталітарного режиму, і, можливо, таким фахівцям ще досить важко перебудувати своє сприйняття на новий лад.

Фахівці сфери гостинності повинні розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, досвіді, навчанні і внутрішній культурі. Саме поведінка персоналу, рівень його професіоналізму матиме вплив на кінцевий результат роботи підприємства гостинності.

Підсумовуючи вищесказане слід зауважити, що організація функціонує й розвивається як складний організм, її життєвий потенціал, ефективність функціонування й виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій, чіткої організаційної побудови, відповідних систем управління, а й від висококваліфікованих співробітників. Успіх компанії визначається сильною культурою, особливим стилем, які сприяють досягненню й збереженню провідних позицій на ринку.

Отже, до поняття професійної культури слід віднести власний професіоналізм фахівця, його ділові та особисті якості, і саме професіоналізм та рівень внутрішньої культури фахівця, культура поведінки, манери та додержання етикету слід вважати повним визначенням поняття професійної культури.

Висновки. В останній час у парадигмі розвитку сфери послуг велике значення приділяється питанням професійної етики у готельно-ресторанному господарстві. Це пов'язано з новітніми тенденціями переорієнтації сервісу на споживача послуг, отже, питання якісного обслуговування клієнтів висувається на чільне місце у процесі надання послуги, особливо у сфері гостинності. Загалом принципи та нормування етичних норм суспільства є показниками розвиненості суспільства, і у сучасному «суспільстві споживання» такі принципи характеризують привабливість країни в очах закордонних туристів та місцевих жителів.

Професійний етикет працівників готельного господарства має бути бездоганим, чітким, зрозумілим, правильним, послідовним, виразним та доречним. Тому що саме в цьому, а не в будь-яких діях спершу буде проявлятися висока кваліфікованість та рівень обслуговування працівника. Навіть не знаючи відповіді на питання гостя, представник готелю повинен вправно знайти відповідь та вихід із будь-якої ситуації, при цьому залишивши клієнта задоволеним та з бажанням звернутися ще раз за допомогою. Отже, всі робітники сфери обслуговування у туристичних та готельних комплексах повинні стежити за манерою своєї поведінки, сказаними словами, зовнішнім виглядом та дотримуватися внутрішніх правил поведінки персоналу.

Список використаних джерел:

1. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие. Орел: ГТУ, 2005. 104 с.
2. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі: підручник. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 535 с.
3. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 262 с.
4. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: Навчальний посібник. Київ: Знання, 2009. – 248 с.
5. Лук'яничин В.О. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. 592 с.
6. Менеджмент і маркетинг туризму / Т.М. Афонченкова, О.В. Булюк, Б.П. Масенко та ін.; за ред. О.Є. Лугініна. – Київ: Видавництво «Ліра-К», 2012. 364 с.
7. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. 384 с.
8. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навчально-методичний посібник. Київ: Знання, 2002. 311 с.
9. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве / С.С. Сахарчук, А.П. Федюлин, П.А. Ульянченко и др.; Под. общ. ред. С.С. Сахарчука. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 192 с.

References:

1. Artemova E.N. (2005) Osnovy gostepryymstva y turyzma [Fundamentals hostepryymstva and Tourism: uchebnoe posoby]. Eagle: STU. (in Russian)
2. Bilousov O.M., Lughinin O.J., Morozova O.S., Sokolova L.V. (2017) Menedzhment turystychnoji ghaluzi: pidruchnyk [Management of the tourism industry]. Kherson: Vydavnychyj dim "Gheljvetyka". (in Ukraine)
3. Babarycjkа V.K., Malynovs'jka O.J. (2004) Menedzhment turyzmu. Terminologhichni osnovy, servisne zabezpechennja tur produktu [Tourism Management. Terminology basis, service maintenance product tour: a tutorial]. Kyiv: Aljterpres. (in Ukraine)
4. Korolj O.D., Krachylo M.P. (2009) Menedzhment turyzmu [Tourism Management]. Kyiv: Znannja. (in Ukraine)
5. Luk'janykhyn V.O. (2019) Menedzhment personalu [Personnel Management]. Kyiv: Condor. (in Ukraine)
6. Afonchenkova T.M., Buljuk O.V., Masenko B.P. (2012) Menedzhment i marketyngh turyzmu [Management and marketing of tourism]. Kyiv: Publishing House "Lear-K". (in Ukraine)
7. Morghulecj O.B. (2019) Menedzhment u sferi poslugh [Management in the service sector]. Kyiv: Condor. (in Ukraine)
8. Murashko M.I. (2002) Menedzhment personalu [Personnel Management]. Kyiv: Znannja. (in Ukraine)
9. Sakharchuk S.S., Fedulyn A.P., Uljjanchenko P.A. (2014) Psykhologyja delovogho obshhenyja v turyzme y gostepryymstve [Psychology delovoho communication in tourism and hostepryymstve]. Moscow: Federal Agency for Tourism. (in Russian)