

УДК 640.43:658.64

Вараксіна М.О.¹, Назимок Л.В.²

¹ студ. гр. 25-41с, ЗГФК НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² викладач, ЗГФК НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ПСИХОЛОГІЯ ОБСЛУГОВУЮЧОГО ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

У сфері обслуговування загальна закономірність у психології має своєрідне забарвлення. Тому для розуміння поведінки людини (клієнта) працівникові сервісу потрібно знати психологію процесу обслуговування, зокрема мотиви, причини, цілі.

Надання послуг у сфері гостинності на відміну від продажу товарів має кілька специфічних рис. Послуга надається одній людині іншою людиною або фірмою, яка знов-таки представлена своїм службовцям. Тому в послугі набагато більше, ніж у товарі, змісту, пов'язаного з комунікацією, ставленням і психологією. Клієнт приїжджає не в гості до працівника реєстратури або покоївки. Йому не потрібно їх приватне дружелюбність або особисте ставлення. Але персонал готелю повинен з повагою ставитися до потреб клієнта.

Щоб зрозуміти поведінку людини при виборі того, хто надає йому послуги, треба розрізняти дві речі: саму послугу (і по можливості постаратися зрозуміти, яку саме потребу клієнт хоче задовольнити) і те, як вона надається. Останнє по суті справи, представляє ті відносини, які клієнт зустрічає і в які він вступає з людьми (фірмою), що надають йому послугу, так що в одному акті

обслуговування містяться два найважливіших компонента – послуга і ставлення до клієнта. Є один абсолютно унікальний товар, який необхідний кожній людині, і цей товар ніде так концентровано не може бути проданий, як у сфері послуг, а значить, в готельному бізнесі [1].

Назва цього товару – повага. Повага проявляється або полягає в розумінні, а отже, в передбаченні та врахуванні бажань або проблем гостя, особливо тих, на які він не розраховував. Відчуття самоповаги створюється якістю предметів побуту, спілкуванням з вишуканими речами і продуманістю їх наявності. Передбачення бажань і якість їх задоволення викликають у людини відчуття власної гідності. Важливим чинником, що свідчить про повагу до клієнта, є максимальна простота процедур і мінімальні витрати часу на їх здійснення.

Це можливо забезпечити двома способами:

1. Всі дії детально розписані в інструкції – клієнт читає.
2. На всі питання клієнта відповідає працівник готелю.

Перший спосіб дозволяє клієнту зрозуміти, яких дій від нього очікують, але це трохи напружує клієнта – йому необхідно розібратися в правилах і діях самому. У цьому випадку створюється відчуття бюрократичного, казенного ставлення до клієнта. Другий спосіб більш доброзичливий, він дозволяє персоналу проявити тепле, шанобливе ставлення до гостя.

Людина дуже швидко звикає до цього відчуття, природній та необхідній. Але, відчувши його один раз, люди міцно засвоюють такий стандарт обслуговування, і його вони будуть шукати і на нього орієнтуватися і надалі. Клієнт, звертаючись до працівника готелю, може отримати або підтримку своєї самоповазі, так і відчутні уколи, відчуття недооцінювання, зневаги, недостатньої турботи тощо.

Людина, що приїжджає в готель для відпочинку або у справах, хоче задоволення своїх бажань. Для однієї людини відпочинок – це можливість спати і не бачити інших людей, не дотримуватися якогось жорсткого розпорядку дня, можливість побути наодинці з собою; для іншого – нові враження і нові люди, можливість придбати нові знайомства і доторкнутися до нових сторін життя.

Такій людині необхідно зустрічати інших людей і перебувати в жвавому і блискучому оточенні. Йому потрібні зміна вражень, нові відчуття протягом тих кількох днів або тижнів, які він проводить в новій обстановці [2].

Робота персоналу готельного підприємства пов'язана з рядом психологічних проблем, обумовлених національним менталітетом. Готельний працівник – категорія особлива. Людина, яка в глибині душі не любить те, що робить, при будь-якому самоконтролі буде від випадку до випадку зриватися і зривати своє зло на клієнті. Тому основне питання, яке необхідно з'ясувати, – відношення працівника обслуговування до людей взагалі. Йому має подобатися робити щось для людей і зустрічати їх гарне ставлення і вдячність; він повинен розуміти, що його робота полягає в турботі про клієнтів і наданні їм послуг.

Працездатність кожної людини підвладна певним коливанням, викликаним природними ритмами, тому пік працездатності може припадати на різні періоди дня. Поряд з регулярними добовими коливаннями працездатності спостерігаються інші, більш тривалі закономірності – біоритми, коли стан людини піддається циклічним коливанням, з якими потрібно рахуватися, плануючи активність в так звані сильні і слабкі дні [1].

З одного боку, клієнт повинен отримати всі необхідні послуги для того, щоб відчувати повагу до себе з боку працівників готелі, а з іншого – персонал повинен залишатися непомітним, а внутрішнє життя готелю з її складним господарством досить прихованим від гостя. Головне – це клієнт, а не виробничий процес. Нерозуміння психологічної суті обслуговування, нездатність або небажання через особистісних властивостей, власних проблем, бажань чи амбіцій зосередитися на іншій людині потрібно розглядати як підставу для порушення питання про професійну непридатність до роботи у сфері сервісу.

Ставлення гостя до готелю багато в чому залежить від настрою працівників. Керівникам слід проводити внутрішній маркетинг, розробляти системи підтримки та винагороди працівників за високу якість обслуговування, регулярно оцінюючи ступінь їх задоволеності. Якщо керівництво готелю надає їм допомогу у вирішенні життєвих проблем, ступінь їх задоволення роботою

підвищується.

Список використаних джерел:

1. Радченко С.Г. Етика бізнесу : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 396 с.
2. Карамушка Л.М. Психологія управління : навч. посіб. Київ : Міленіум, 2003. 344 с.