

Профессиональная этика и этикет. Профессиональная этика работников сферы социально-культурного сервиса и туризма.

Под этикой в широком смысле понимается система универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни. *Профессиональная этика* представляет собой совокупность моральных норм, правил, принципов, которые регулируют отношение человека к своим профессиональным обязанностям, долгу, а также взаимоотношения людей в трудовой деятельности. *Содержанием профессиональной этики* являются: нормы поведения, предписывающие определенный тип нравственных взаимоотношений между людьми, которые являются оптимальными с точки зрения выполнения ими своей профессиональной деятельности; обоснование, толкование кодексов, задач и целей профессии.

Структуру профессиональной этики определяют следующие элементы: - отношение людей к труду, а через его характеристики к другим;

- мотивация трудовой деятельности;
- управленческо-производственная регламентация трудовых обязанностей (постановка цели производственной деятельности, организация труда в коллективе, поощрение добросовестных работников и др.);
- средства реализации целей (обучение, воспитание, пример, авторитет руководителя и др.);
- оценка результатов деятельности и их общественной значимости;
- теоретическая разработка вопросов профессиональной этики в связи с развитием общественного производства, углублением разделения труда, возникновением новых видов деятельности.

Профессиональная этика изучает:

- качества личности специалиста, необходимые для выполнения профессионального долга;
- нравственные взаимоотношения специалистов и объектов их деятельности (педагог-ученик, врачебной, продавец-покупатель);
- взаимоотношения людей внутри трудового коллектива и нормы, которые их регулируют;
- цели и методы профессионального обучения и воспитания.

Профессиональная этика:

- является ответственной, обязательной, но вместе с тем добровольной, т.е. свободной, деятельностью людей, которые подчиняются правилам, но лично независимы, соотносятся с законом, но выполняют долг;
- существует в обществе со сложившейся моралью и отражает отличия моральных требований к специалистам от общечеловеческих или общепринятых в обществе норм и традиций поведения. В этой связи профессиональную этику подчас называют профессиональной моралью;
- затрагивает область человеческих отношений, развивается в особенности в тех профессиях, где работа требует непосредственных контактов с людьми;
- устанавливает стандарты поведения специалистов, понимая под качеством их работы наилучший результат для людей, надежность и эффективность товаров и услуг;
- конкретизирует требования общества к моральным аспектам деятельности специалистов.

Основные нормы служебной этики, которые должны быть присущи всем работникам сферы социально – культурного сервиса и туризма, независимо от того, где находится их рабочее место:

- внимательность, вежливость;
- выдержка, терпение, умение владеть собой;
- хорошие манеры и культура речи;
- способность избегать конфликтных ситуаций, а если они возникают, успешно разрешить их, соблюдая интересы обеих сторон;
- тактичность, сдержанность;
- уважать право каждого человека на отдых и досуг;
- содействовать развитию внутреннего и международного туризма;
- принимать справедливые претензии к своей деятельности;

Перечислим недопустимые нормы поведения и личностные качества, несовместимые с профессиональной этикой сферы социально – культурного сервиса и туризма:

- грубость, бестактность, невнимательность, черствость;
- воровство, жадность, эгоизм;
- болтливость, разглашение приватной информации о клиентах, обсуждение с кем бы то ни было их недостатков и слабостей.

В сфере социально – культурного сервиса и туризма важность этических норм ощущается не только во взаимодействии работников с потребителями, но и работников между собой. На предприятии особое значение приобретает нравственный климат, где отсутствуют конфликты, нет униженных, раздраженных, равнодушных, но все относятся друг к другу с уважением, вниманием. Важно создать в коллективе атмосферу взаимопомощи, умение работников трудиться совместно, а также в специальных группах обслуживания (в команде). Также к этическим нормам во взаимоотношениях с партнерами и коллегами относятся:

- поддерживать профессионально единство;
- заботится о престиже профессии;
- поддерживать нормативность служебных отношений;
- уважать право коллег на мотивированный отказ.

Принципы – это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, правильно формировать свое поведение, свои действия в деловой сфере. Сотрудник в сфере социально – культурного сервиса и туризма должен в своей работе придерживаться следующих принципов:

- Нужна справедливость при наделении работников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными);
- Обязательное исправление этического нарушения независимо от того, когда и кем оно было допущено;
- Ориентированность на клиента, забота о нем;
- Стремление к совершенствованию своей профессиональной деятельности;
- Никакого насилия, т.е. «нажима» на подчиненных;
- Соблюдать международные правовые акты и законы своей страны, соблюдать права человека, проявляя уважение к демократическим институтам общества и др.

К актуальным принципам в социально – культурном сервисе относятся: принцип лояльности, толерантности, объективности, моральной ответственности.

Управленческая этика. Этика в сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Управленческая этика – это набор моральных принципов и ценностей, управляющих поведением менеджера и определяющих положительные и отрицательные оценки его мыслей и действий. Этика в широком смысле связана с внутренними ценностями, а они в свою очередь воздействуют на принимаемые руководителями решения, определяют их социальную допустимость в рамках внешней среды. Нравственное и моральное здоровье любой организации, как правило, обеспечивается этическими канонами управления.

Этический кодекс управленца. Руководитель будет лучше воспринят людьми, если он:

- будет первым приветствовать собеседника, независимо от его положения (подчиненный или партнер);
- будет обращаться к сослуживцам по имени и отчеству;
- будет в деловой обстановке обращаться к подчиненным на «Вы»;
- будет относиться ко всем сотрудникам равно и выдержанно, вне зависимости от различных симпатий и антипатий;
- установит порядок, когда любой сотрудник в достаточно короткий срок сможет встретиться с ним и обсудить любой вопрос;
- не будет вести бесед, которые создают впечатление избранности и секретности;
- обладает искусством собеседования, то есть умеет выслушать человека;
- умеет осторожно использовать слово «я»;
- будет высказываться кратко и по существу; будет избегать назидательности;
- всегда выполняет обещания в срок.

Все названное имеет важное значение для удачного решения любого производственного вопроса.

Для принятия решений, соответствующих этическим нормам, организации создают кодексы этических норм, которые устанавливают ценности и принципы поведения, необходимые для руководства процессом принятия решений: *Утилитарный подход*. Суть его в том, что этическое поведение приносит наибольшую пользу, создает максимальный социальный результат для наибольшего числа людей. Данный подход предполагает, что тот, кто принимает решение, обдумывает, рассчитывает каждую альтернативу с привлечением всех заинтересованных сторон, но и выбирает решение, которое удовлетворяет наибольшее число людей. *Индивидуальный подход* исходит из того, что действия являются нравственными, если они способствуют реализации долгосрочных индивидуальных интересов и целей человека. Индивиды рассчитывают наилучшие долгосрочные преимущества для себя как критерий решения высокого качества. *Морально-правовой подход* основывается на предпосылке, что человек или группа людей имеют право на что-либо или имеют право на должное обращение. Решение считается неэтичным, когда оно нарушает права человека. Этот принцип ставит во главу угла взаимное уважение, даже если мы с кем-то не согласны или кого-то не любим. Такая этическая концепция заставляет ценить личность. *Справедливый подход* состоит в том, что этически верное решение должно основываться на принципах равенства, честности и непредвзятости, другими словами, выгоды и издержки должны справедливо распределяться среди разных групп людей. Для менеджеров имеет значение три типа справедливости. Распределительная справедливость требует, чтобы различия в вознаграждении людей не были основаны на произвольных характеристиках и на половых,

возрастных, национальных и др. различиях. Процедурная справедливость требует, чтобы права людей были контролируемы, защищены. Для этого права должны быть четко обозначены и постоянно и последовательно претворяться в жизнь. Компенсационная справедливость означает, что люди должны иметь компенсацию за нанесенные обиды, оскорбления. Кроме того, люди не должны нести ответственности за события, которые находятся вне сферы их контроля.

Основные нормы служебной этики работников туризма предполагают внимательность, вежливость, выдержку, терпение, умение владеть собой, хорошие манеры и культуру речи, развитый вербальный аппарат, корректную жестикуляцию, приятную мимику, способность избегать конфликтных ситуаций, а если они возникают, успешно разрешить их, соблюдая интересы всех сторон.

Работники социально-культурной сферы должны уметь проявлять обходительность, любезность, радушие, доброжелательность, тактичность, сдержанность, заботу о потребителе, самокритичность, готовность быстро реагировать, удерживая в зоне внимания сразу несколько человек или разные операции, которые осуществляются в процессе обслуживания, умение держаться спокойно и доброжелательно даже после обслуживания капризного клиента или напряжённого дня, умение избегать неудовольствий клиентов и конфликтов, устойчивость к стрессам. В сфере туризма абсолютно противопоказаны грубость, бестактность, невнимательность, чёрствость, нечестность, лицемерие, воровство, жадность, эгоизм, болтливость, разглашение приватной информации о клиентах, обсуждение с кем-либо их недостатков и слабостей, неуступчивость, желание взять верх над клиентом, подчинить его интересы своим.

Основные этические установки, которыми должны руководствоваться в своей работе предприятия и организации сферы туризма, формулирует «Глобальный этический кодекс туризма», одобренный на Генеральной ассамблее Всемирной туристской организации (ВТО) в Сантьяго (Чили) 1 октября 1999 г. В этом документе отмечается вклад туризма во взаимопонимание и уважение между народами и обществами, и признается необходимым понимание и распространение общечеловеческих этических ценностей в духе терпимости и уважения разнообразия религиозных, философских и нравственных убеждений. Всем партнерам туристского процесса вменяется в обязанность уважение к социально-культурным традициям и обычаям всех народов, включая национальные меньшинства и коренные народы. Большое внимание уделяется необходимости обеспечения безопасности туристов принимающей стороной. Отмечается ответственность перед настоящими и будущими поколениями в плане отношения к окружающей среде. Подчеркивается, что профессионалы сферы туризма, в той степени, в которой это от них зависит, должны содействовать культурному и духовному совершенствованию туристов. Таким образом, рамки партнерских отношений значительно расширены относительно традиционных представлений: профессионалы сферы туризма должны соблюдать этику не только по отношению к клиентам, деловым партнерам и своим работникам, но и по отношению к окружающей среде, государствам, странам и народам, социальным и религиозным группам.

Этика как социальное явление. Этикет делового человека.

Профессиональная этика – это совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп в

обществе. Профессиональная этика поднимается до уровня теоретической дисциплины и превращается в самостоятельную науку, которую интересует не абстрактное постулирование тезисов о регулятивных функциях профессиональной этики, а выявление всех ее действительных возможностей в современных условиях и эффективные способы формирования высоконравственных отношений в профессиональной сфере.

Профессиональная этика и этикет вырабатывает нормы, стандарты, требования, характерные для определенных видов деятельности. Таким образом, профессиональная этика – это кодекс поведения, предписываемый тип отношений, которые представляются наилучшими с точки зрения выполнения людьми своих служебных обязанностей в той или иной профессиональной сфере. Роль этики как науки в настоящий, переживаемый современным обществом период велика: она должна проанализировать нравственное состояние общества, указать причины, вызвавшие это состояние, предложить решения, которые помогли бы обновить моральные ориентиры общества.

В качестве социальной нормы этика выполняет в обществе следующие функции:

- способствует стабилизации сложившихся социальных культур;
- способствует утверждению и передаче новым поколениям духовных ценностей и нравственных принципов общества. Подавляющее большинство правил этики имеет под собой идею высшей ценности человеческой жизни (основывается на принципе гуманизма), следовательно, общие требования к поведению: уважение достоинства личности, забота о физическом и психическом благополучии человека;
- этика облегчает установление контактов, взаимопонимание и взаимодействие между людьми;
- психологическая функция. Правила этики помогают избегать тех ситуаций, которые могут вызвать излишнее психическое напряжение и нанести душевную травму.

Деловой этикет - это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов. Этикет, если понимать его как установленный порядок поведения, помогает избегать промахов или сгладить их доступными, общепринятыми способами. Поэтому основную функцию или смысл этикета делового человека, можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. Второй по значению функцией этикета является функция удобства, то есть целесообразность и практичность. Начиная с мелочей и до самых общих правил, этикет представляет собой приближенную к повседневной жизни систему. Одно из первейших правил, определяющих сам этикет – поступать так стоит не потому, что так принято, а потому, что или целесообразно, или удобно, или просто уважительно по отношению к другим и самому себе. Этикет является одним из главных «орудий» формирования имиджа. В современном бизнесе лицу фирмы отводится немалая роль. Те фирмы, в которых не соблюдается этикет, теряют очень многое. Там, где присутствует этикет, выше производительность, лучше результаты. Поэтому всегда нужно помнить один из главнейших постулатов, который знают бизнесмены всего мира: хорошие манеры прибыльны. Гораздо

приятнее работать с той фирмой, где соблюдается этикет. Практически во всём мире он стал нормой деятельности. Это потому, что этикет в силу своей жизненности создаёт приятный психологический климат, способствующий деловым контактам.

Этикет делового человека включает в себя: правила представления и знакомства; нормы обращения; правила организации деловых контактов; правила ведения деловых бесед; требования к внешнему облику, манерам, речи; культуру служебных документов и т.п. Внешний вид. Костюм – визитная карточка делового человека. Прежде всего, смотрят, как человек одет. Аккуратность и подтянутость в одежде ассоциируются с организованностью в работе, с умением ценить своё и чужое время. Быть естественным – одно из главных условий делового человека, так как попытка выглядеть иначе наиболее заметна со стороны. Жесты и движения являются частью имиджа. Очень часто случается так, что именно жест показывает настроение, лицо человека даже тогда, когда он сам этого не хочет. Движения не должны быть резкими и быстрыми. Наилучший вариант – размеренные движения, прямая осанка. Деловое письмо В бизнесе дороже всего ценится время. Поэтому всегда нужно помнить о том, что деловое письмо должно быть кратким, точным и по существу. Деловая корреспонденция редко охватывает несколько тем. Если всё же в письме нужно охватить несколько вопросов, то их желательно отделить один от другого визуальным способом, то есть пронумеровать. Наилучший вариант – когда деловое письмо содержит ответ на какой-либо один вопрос или однородную информацию. Телефонные переговоры. Звонок по телефону должен так же подчиняться требованиям краткости, как деловая переписка и отправка факса. Первым всегда представляется тот, кто звонит. Если на месте нет того абонента, с которым Вы хотели связаться, то представляться не обязательно. Достаточно будет поздороваться и попросить пригласить к телефону интересующего Вас человека. Если его нет – узнать, когда он будет на месте, или попросить что-либо передать ему и повесить трубку. Отличительной чертой делового человека является умение вести деловую беседу. Прежде всего, необходимо всегда выслушать собеседника, не прерывая его и не отвлекаясь на другие дела или других людей. Не следует во время разговора перебирать бумаги, демонстрируя занятость, поглядывать на часы, подписывать документы, разговаривать по телефону и т.д.

Психологические аспекты обслуживания клиентов в социально-культурном сервисе и туризме.

Управление персоналом туристской фирмы. Корпоративная культура туристского предприятия.

Система управления персоналом туристской организации состоит из взаимосвязанных подсистем: кадровой политики; принципов и методов управления персоналом; системы отбора персонала; системы развития персонала; системы стимулирования.

Кадровая политика - система теоретических взглядов, идей, требований, принципов, определяющих основные направления работы с персоналом, ее формы и методы, а также содержание и направления развития других систем. Она разрабатывается собственниками организации, руководством высшего уровня, кадровыми службами.

Отдел человеческих ресурсов является функциональным, или вспомогательным, подразделением туристского предприятия. Это связано с тем, что его сотрудники участвуют в создании туристского продукта не непосредственно, а косвенно. Как правило, работники отдела человеческих ресурсов (кадровой службы) выступают в качестве экспертных советников линейных руководителей при решении вопросов о приеме на работу и увольнении, назначении на новую должность, направлении на профессиональное обучение, повышении заработной платы и т.п.

Функциональные обязанности кадровой службы заключаются в следующем:

- разработка планов комплектования кадров в соответствии с программой развития конкретной организации;
- оформление приема, перевода и увольнения работников в соответствии с трудовым законодательством;
- учет личного состава;
- хранение и заполнение трудовых книжек, ведение документации по делопроизводству;
- создание условий для повышения образовательного и квалификационного уровня специалистов и др.

Принципы управления персоналом — правила, основные положения и нормы, которым должны следовать руководители и специалисты в процессе управления персоналом. **Управление персоналом традиционно осуществляется на основе принципов:**

- научности;
- демократического централизма;
- плановости;
- первого лица;
- единства распорядительства;
- отбора, подбора и расстановки кадров;
- сочетания единоначалия и коллегиальности, централизации и децентрализации;
- линейного, функционального и целевого управления;
- контроля исполнения решений и др.

Методы управления персоналом — это способы воздействия на коллективы отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе функционирования организации. Традиционно выделяют три группы методов управления персоналом: административные; экономические; социально-психологические.

Административные методы управления реализовываются в форме организационного и нормативного воздействия. Организационное воздействие включает в себя: - организационное регламентирование (разработка положений о подразделениях, определяющих их функции, права и обязанности, разработка штатного расписания); - организационное нормирование (разработка различных нормативов, например, трудовых (разряды, ставки), нормативы рентабельности, правила внутреннего распорядка и т.д.); - организационно-методическое инструктирование (должностные инструкции методические указания к выполнению работ, рабочие инструкции и т.д.). **Акты организационного нормирования** и организационно-методического инструктирования являются нормативными.

Под экономическими методами понимают элементы экономического механизма, с помощью которого обеспечивается функционирование и развитие организации. **Роль экономических методов управления** персоналом заключается в мобилизации трудовых ресурсов на достижение определенного результата.

К наиболее важным результатам применения **психологических методов** можно отнести минимизацию психологических конфликтов (скандалов, обид, стрессов и т.д.), управление формированием карьеры на основе психологических особенностей каждого сотрудника, обеспечение здорового климата, формирование организационной культуры на основе норм поведения и образа идеального сотрудника.

Социологические методы позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров, связать мотивацию с результатами трудовой деятельности, обеспечить эффективные коммуникации, разрешить производственные конфликты.

Отбор персонала при приеме на работу должен включать следующие этапы: - разработку исходной информации для отбора и найма персонала; - выбор источника набора персонала (объявление о работе внутри самой организации; рекламные объявления; бюро по трудоустройству; консультационные пункты по отбору рабочей силы; рекомендации работающего персонала и др.); - предварительный отбор; - отборочное собеседование; - принятие решения.

Целью разработки системы развития персонала является формирование и поддержание на высоком уровне кадрового потенциала, повышение профессиональных компетенций, формирование слаженной команды, работающей на общий результат, и эффективное функционирование компании в целом. Развитие персонала должно осуществляться на постоянной основе и основываться на научном и грамотном подходе.

Корпоративная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются членам организации через символические средства духовного и материального окружения организации. Компонентами корпоративной культуры являются: - Принятая система лидерства; - Стили разрешения конфликтов; - Действующая система коммуникации; - Положение индивида в организации; - Принятая символика: лозунги,

организационные табу, ритуалы. Задачи, которые решаются в ходе развития корпоративной культуры; - Сплочение управленческой команды: единое представление о миссии и стратегии компании; - Формирование лояльности у персонала компании; - Качественный подбор новых сотрудников; - Организационный порядок: принимаемый на всех уровнях управления регламент поведения в различных ситуациях, производственная дисциплина, культура отношений с клиентами и коллегами и др.

Успешные туристические компании отличаются высоким уровнем культуры, который формируется в результате продуманных усилий, направленных на развитие корпоративного духа, на благо всех заинтересованных в деятельности организации сторон.

Культура туристического предприятия складывается из множества норм, правил и ценностей, которыми оно руководствуется в своей деятельности. Культура охватывает существующую на предприятии систему отношений между людьми, распределение власти, стиль управления, кадровые вопросы, определение перспектив развития. Основное в работе турфирмы - строгая дисциплина, доведение дела до конца, ответственность за каждого клиента, работа без сбоев. Руководство придерживается принципов:

- честность и открытость в отношении с подчиненными;
- объяснение целей и помощь в их достижении.