



**УДК 331.108**

**К.Н. Вицелярова,**

**М.Н. Попов**

**Вицелярова Карина Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: kvicelyarova@mail.ru

**Попов Максим Николаевич**, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: beaver\_maxx@mail.ru

## **АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

В научной статье представлены специфические особенности анализа профессиональной культуры персонала организации социально-культурной сферы, изучены сильные и слабые стороны профессиональной культуры, определяющие развитие организации, ее экономическую эффективность.

**Ключевые слова:** профессиональная культура персонала, культура, бизнес, потребности, материальные и духовные ценности.

**K.N. Vicelyarova,**

**M.N. Popov**

**Vicelyarova Karina Nikolaevna**, candidate of economic sciences, associate professor of economy and information technologies of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: kvicelyarova@mail.ru

**Popov Maxim Nikolaevich**, candidate of economic sciences, associate professor, head of the department of economy and information technologies of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: beaver\_maxx@mail.ru

## **ANALYSIS OF THE STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE PROFESSIONAL CULTURE OF THE PERSONNEL OF THE ORGANIZATION SOCIO-CULTURAL SPHERE**

The article presents the specific features of the analysis of professional culture of the personnel of the organization of social and cultural sphere, studied the strengths and weaknesses of professional culture, determining the development of the organization, its economic efficiency.

**Key words:** professional culture of personnel, culture, business, needs, material and spiritual values.

Для того, что бы специфические черты организации, ее особенности идеи и философия смогли дойти до клиента и стать факторами, которые будут выделять организацию на фоне множества других организаций-конкурентов, ее сотрудники должны быть продолжением всех идей, которые она несет в себе. Рассмотрим сильные и слабые стороны персонала на примере арт-студии. Для этого мастеру недостаточно знать, как выполняется

тот или иной вид стрижки или окрашивания, а администратору недостаточно просто вести запись клиента и отвечать на звонки.

Сотруднику необходимо обладать высокой культурой поведения, а также разделять идеи данной студии и быть способным грамотно донести ее до клиента, соблюдая при этом этические нормы общения, не прибегая к навязыванию клиенту философии организации.

Анализ проводился исходя из определенных критериев оценки поведения и этических норм, которые демонстрируют уровень деловой культуры работника сферы сервиса.

В основе деловой культуры работников лежат следующие нравственные требования: вежливость, корректность и сдержанность, тактичность, скромность, точность и пунктуальность, предупредительность.

Вежливость – показатель воспитанности, который проявляется в уважительном отношении к другим людям, в данном случае к клиентам. Беречь время клиента – одно из основных проявлений вежливости к нему.

Корректность и сдержанность проявляется в умении держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных. В салоне возможны случаи, когда клиенты могут проявлять пренебрежение к сотрудникам. Остаться корректным – значит сохранить свое достоинство. Сотрудник салона красоты должен воспитывать в себе сдержанность, то есть, умение управлять своими эмоциональными реакциями, не допуская развития отрицательных эмоций под влиянием огромного разнообразия характеров встречающихся людей.

Тактичность – также является одной из важных составляющих коммуникативной культуры. Тактичность проявляется в чувстве меры, понимании границ в общении, превышение которых может поставить человека в неловкое положение. Если правила вежливости можно механически заучить, то такт требует большего. Чтобы развивать в себе чувство такта, нужно мысленно ставить себя на место другого человека. Лучшим проявлением тактичности со стороны персонала салона является

умение правильно проконсультировать, предложив наиболее подходящие услуги.

Скромность – в общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей, умение не подчеркивать свои достоинства, заслуги, отсутствие тщеславия, высокомерия, сдержанность в поведении.

Очень важно соблюдение пунктуальности. Все встречи, проведение процедур, проводы клиента, должны выполняться вовремя. Чем больше клиентура, тем более точными должны быть сотрудники салона. Пунктуальный и тактичный администратор салона заблаговременно предупредит клиента о предстоящей процедуре. Нет более бестактного отношения к клиентам, чем опоздавшая услуга.

Предупредительность – это стремление первым оказать любезность, избавить клиента от неудобств и неприятностей. Предупредительный администратор салона познакомит первично обратившегося клиента с перечнем предлагаемых услуг. Предупредительный мастер, заинтересованный в хорошем обслуживании клиента, заблаговременно спросит его об ощущениях, удобно ли ему, комфортно и нет ли болезненных ощущений. Предупредительность скажется также и на рекомендации нужной клиенту услуги или выполнении ее [1].

Помимо основных нравственных требований при анализе учитывались такие факторы как:

- компетентность персонала, которая включает в себя, как знание особенностей организации, так и знание своих обязанностей, технологии обслуживания, знание продуктов, на которых работает арт-студия, так же сюда включается общий уровень профессиональной подготовки сотрудника.
- степень эрудированности и умение правильно обращаться с профессиональной терминологией.
- способность разрешать конфликтные ситуации.

- умение грамотно использовать вербальные и невербальные каналы общения при взаимодействии с клиентом.
- внешний вид сотрудников [2].

Контактный персонал арт-студии CaramelColors состоит из владельца студии, который так же является главным стилистом, двух топ-стилистов, которые оказывают весь спектр парикмахерских услуг, четырех стилистов сервиса PURE, оказывающих услуги по укладке волос и различных спа-процедур, и администратора.

Возраст персонала варьируется от 19 до 36 лет, причем возрастная категория большинства из сотрудников 19-23 года, что так же важно учитывать при анализе деловой культуры персонала.

С одной стороны молодой персонал обладает такими качествами, как быстрообучаемость, познавательность, стремление к развитию, осведомленность о новых тенденциях в индустрии красоты, они лучше справляются с техникой, более приспособлены к изменяющимся условиям, но с другой стороны возникают трудности с регулированием поведения. Не имея большого опыта в работе с клиентами, они чаще испытывают стресс при возникновении конфликтных ситуаций, им сложнее регулировать рамки межличностного общения с клиентом, это связано с тем, что у них отсутствует четко выработанная модель поведения в процессе обслуживания.

Так же стоит отметить, что в связи с отличительным подходом к оказанию многих услуг, большая часть персонала, а именно 67% из 100 проходили обучение или переобучение непосредственно в арт-студии. Этот фактор имеет большое значение и несет в себе как положительные, так и отрицательные стороны.

Положительная черта заключается в том, что большинство персонала обучено стандартам поведения и способам оказания услуг, которые соответствуют политике данной студии. Но при этом негативная черта заключается в том, что персоналу требуется время на усвоение новых техник

и новой информации в целом, в подробном ее изучении и понимании всех тонкостей.

Это сказывается на оказании услуги, так как работник, не до конца уверенный в своих знаниях об особенностях студии, об отличительных чертах предоставляемых услуг, об уникальности косметики и ингредиентах, входящих в их состав, не сможет в полной мере передать клиенту все преимущества услуг данной студии, заинтересовать его, построив интересный и информативный диалог с клиентом, и продемонстрировать весь свой профессионализм.

Главным преимуществом персонала является искренность. Как мастера, так и администратор действительно любят свою работу и гордятся всеми особенностями студии. В первую очередь главной целью для них является не получение выгоды, а преображение клиента.

Эта черта положительно сказывается на взаимодействии с клиентом, ведь мастер, который получает удовольствие от процесса оказания услуги, относится к своему клиенту с уважением, внимательно выслушивает пожелания клиента, заботится о комфорте клиента в процессе оказания услуг, а так же с удовольствием вступает с ним в диалог.

В связи с искренностью и доброжелательностью персонала, у студии появилось большое количество постоянных клиентов, которые разделяют идеи студии, с интересом следят за развитием новых внедрений и приходят уже не столько за стрижкой или окрашиванием, сколько за отдыхом и приятной беседой [3].

Так же из положительных черт персонала можно выделить внимательность к клиентам.

Внимательность проявляется абсолютно во всем, начиная с того, что администратор не только встречает клиента непосредственно в студии, но также часто сопровождает клиента по телефону, с четкими инструкциями как пройти в салон, в зависимости от того, где находится клиент.

Так же внимательность проявляется и в процессе оказания парикмахерских услуг. Она выражается в создании комфортных условий для клиента в парикмахерском кресле, в правильной защите одежды и кожи лица от красящих веществ.

Следующим преимуществом сотрудников является корректность, грамотность и тактичность при диагностике волос клиента, проведении консультации, выслушивании пожеланий клиента и выборе способа оказания услуги и материалов, позволяющих добиться необходимого результата.

Мастера арт-студии всегда учитывают этот фактор и знают, как грамотно выстроить диалог с клиентом, в случае возникновения данной ситуации.

Так же немаловажно сохранять тактичность по отношению к другим салонам и другим брендам косметики в процессе демонстрации клиенту преимуществ арт-студии, оказываемых в ней услуг и косметики. Здесь важно полностью раскрыть сильные стороны арт-студии и используемых здесь материалов, не задев при этом репутацию какой либо организации или марки косметики.

К сожалению не всегда получается сохранить эту грань, так как мастер порой, стараясь обезопасить клиента от покупки того или иного средства, забывает о данном правиле.

Также к положительным чертам можно отнести внешний вид персонала, наличие дресс-кода и строгое его исполнение.

Но существуют и слабые стороны, которые негативно сказываются на взаимодействии с клиентом.

Основная негативная черта заключается в том, что персонал непроизвольно может позволить себе обсуждать клиентов в присутствии других клиентов. Происходит это, как правило, не из злого умысла, а в качестве приведения примера похожей проблемы клиенту или описания похожей ситуации. Также клиенты часто приводятся в пример, чтобы рассказать о результатах применения лечебной косметики, и только в редких

случаях клиент может обсуждаться, например, после недавно произошедшего конфликта. Возможно, это вызвано психологическими особенностями женского коллектива, где, так или иначе, присутствуют и эмоциональные всплески, как положительные, так и отрицательные, а также сплетни и обсуждения.

Но в любом случае, согласно этическим нормам профессионального поведения, обсуждение клиента в присутствии других клиентов является неприемлемым.

Еще одной слабой стороной студии является большое количество персонала неопытного в вопросах построения конструктивного диалога с клиентом, а так же в разрешении конфликтных ситуаций.

При приеме новых сотрудников на работу в студию, опыт работы не является ключевым фактором. Приоритет ставиться на творческие способности и желание обучаться.

Отсюда возникает необходимость обучения персонала не только техническим аспектам деятельности, но также правильной коммуникации с клиентом.

На обучение требуется определенное количество времени. Новые сотрудники обязаны освоить способы оказания услуг по тем технологиям, которые используются в данной студии, в дополнение к этому они должны обладать максимально полными знаниями о косметике, которая используется в салоне, и уметь грамотно рассказать о ней клиенту и порекомендовать то или иное средство, в зависимости от проблемы, с которой обратился клиент, при этом им необходимо освоить основные правила коммуникации с клиентом [3].

Новому сотруднику требуется время, что бы разложить по полочкам новые знания, выработать на основе полученных знаний свой собственный успешный подход к клиентам и при этом свободно выполнять техническую часть услуги.



В связи с этим часто возникают ситуации, когда мастер качественно выполняет техническую часть услуги, но при этом не взаимодействует с клиентом и молча делает свою работу. Так же часто возникает и обратная ситуация, когда мастер легко и непринужденно ведет беседу с клиентом, но испытывает трудности в техническом вопросе услуги, что приводит либо к увеличению времени оказания услуги, либо к ухудшению финального результата. Во всех вариантах итог один – клиент не удовлетворен.

Что касается конфликтных ситуаций, то часто новые сотрудники теряются и не знают, как правильно себя повести, что бы ее нейтрализовать.

Самые молодые сотрудники могут вступить в спор с клиентом. Это самая грубая ошибка. Часто в таких ситуациях растерянный мастер прибегает к помощи более опытного сотрудника. Но бывают ситуации, когда мастер может самостоятельно уладить конфликт, принеся свои извинения и, при необходимости, сделать скидку на услугу или маленький подарок в виде пробника.

Также очень важным недостатком является непунктуальность некоторых сотрудников.

Пунктуальность в арт-студии, где оказываются парикмахерские услуги, является одним из необходимых качеств работника. Это связано с тем, что при формировании записи клиентов к мастеру, учитывается определенный лимит времени на ту или иную услугу. В случае опоздания мастера запись сдвигается, и тогда возникает ситуация, когда мастер своим опозданием может нарушить все планы клиента.

Таким образом, можно сделать вывод, что профессиональная культура персонала составляет конкурентное преимущество организации сервиса. Анализ основных показателей профессиональной культуры персонала конкретной организации показал, что, в целом, сильных сторон гораздо больше, а слабые стороны необходимо учитывать при подборе и развитии персонала, осуществляя мониторинг проявления каждой характеристики.

### **Список используемой литературы:**

1. *Вицелярова К.Н.* Диагностика и развития креативности управленцев / К. Н. Вицелярова, А.О. Сергеева // Новая наука и актуальные тенденции в образовании. 2017. С. 22-28

2. *Захарова Ю.Н.* Анализ ресторанного бизнеса в условиях кризиса / Ю.Н. Захарова, Д.Л. Амоян // Инновационная стратегия развития фундаментальных и прикладных научных исследований: опыт прошлого – взгляд в будущее. 2016. С. 167-169.

3. *Горшенина Е.В.* Социальная ответственность и культура предпринимательства / Е.В. Горшенина, К.Н. Вицелярова // Экономические исследования. 2017. № 3. С.1