

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧУВАННЯ
ТА ТОРГІВЛІ

**ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕТИКЕТ
У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

студентами спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»

Харків
ХДУХТ
2018

Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] / укладачі : Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2018. – 1 електрон.опт.диск (CD- ROM); 12 см. – наукова з тит. екрана.

Укладачі : Л. П. Малюк,
Л. М. Варипаєва

Кафедра готельного і ресторанного бізнесу

Схвалено методичною комісією закладу вищої освіти за напрямом
підготовки 241 «Готельно-ресторанна справа» бакалавр
Протокол від «23 квітня» 2018 року № 10

Схвалено вченою радою ХДУХТ
Протокол від 06 липня 2018р. № 14

Схвалено редакційно- видавничою радою ХДУХТ
Протокол від 04 липня 2018р. № 8

© Малюк Л.П.,
Варипаєва Л.М.(укладачі), 2018
© Харківський державний
університет харчування
та торгівлі, 2018

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Робоча програма	5
1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни	5
1.2. Програма навчальної дисципліни.	7
1.3. Структура навчальної дисципліни	20
1.4. Теми семінарських занять	21
1.5. Теми практичних занять	22
1.6. Самостійна робота	22
1.7. Індивідуальні завдання	23
1.8. Методи навчання	25
1.9. Методи контролю	28
1.10. Розподіл балів, які отримують студенти для заліку	31
1.11. Методичне забезпечення	32
1.12. Рекомендована література	32
2. Рекомендації до самостійного вивчення окремих розділів	34
Тести для перевірки набутих знань	65

ВСТУП

Рекомендації загального характеру до вивчення дисципліни

Дисципліна «Професійна етика та етикет в готельно-ресторанному бізнесі» згідно з навчальним планом вивчається студентами 1 курсу денного відділення та 2 курсу заочного відділення факультету менеджменту, спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа».

Теоретичний матеріал, треба вивчати користуючись рекомендованою літературою: законодавчими та нормативними джерелами, підручниками та навчальними посібниками, іншими джерелами інформації з даної тематики.

Осмислення та набуття компетенцій з дисципліни можливе тільки за умов систематичної самостійної роботи над дисципліною. Засвоєння матеріалу повинне бути послідовним та регулярним. До якісного вивчення дисципліни необхідно підходити структуровано. Спочатку необхідно засвоїти загальні положення та нормативні акти, і тільки потім розглядати більш глибоко окремі питання .

Засвоювати матеріал, який вивчається доцільно після складання конспекту з основних теоретичних питань щодо визначення складових професійної етики та етикету у готельно-ресторанному бізнесі та окремих закладах; її забезпечення з урахуванням законодавчої бази; вивчення професійної етики та етикету готелів і ресторанів різної спрямованості з метою задоволення потреб споживачів у наданні якісних послуг; перевірити свої знання шляхом виконання контрольних завдань, тестів, які наведені у методичних вказівках.

Під час проведення семінарів та на підсумковому контролі закріплюються компетентності, які отриманні під час самостійного вивчення дисципліни.

У методичних вказівках надаються пояснення до кожної теми дисципліни, яка вивчається.

1. РОБОЧА ПРОГРАМА «ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕТИКЕТ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

1.1 Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета викладання курсу

Головною метою викладання курсу є:

- формування у студентів системного мислення та компетностей з професійної етики та етикету в готельному і ресторанному бізнесі;
- набуття компетенції з визначення вимог до і професійної етики та етикету готелів з урахуванням їх призначення, категорії;
- набуття компетенції з розробки складових професійної етики та етикету, залежно від класифікації закладів ресторанного господарства;
- забезпечення належного рівня якості послуг в аспекті організації надання послуг у готельному та ресторанному бізнесі.

Завдання вивчення курсу

Завданням з вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка фахівців з таких питань:

- вивчення історичного розвитку та сучасних напрямків професійної етики та етикету в закладах готельно-ресторанного господарства на Україні і в світі;
- з'ясування основних понять та термінології професійної етики та етикету;
- вивчення загальної характеристики та психологічних аспектів професійної етики;
- визначення принципів корпоративної етики;
- засвоєння принципів використання методів та правил етики та етикету у закладах готельного та ресторанного бізнесу, як з боку взаємен працівників між собою та працівників контактної зони та споживачами;
- визначення компетентностей в управлінні конфліктами у закладах готельно-ресторанного бізнесу;
- вивчення професійного етикету в сфері обслуговування;
- системного підходу до особливості етикету обслуговування в ресторанах;
- визначення засад міжнародного етикету обслуговування;
- вивчення стандартів етикету обслуговуючого персоналу;

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- основні напрямки історичного розвитку та сучасних напрямків на Україні і в світі; професійної етики та етикету в закладах готельного і ресторанного бізнесу;
- основні поняття та термінологію професійної етики та етикету;
- загальну характеристику та психологічні аспекти професійної етики;
- принципи корпоративної етики у готелях;
- принципи використання методів та правил етики та етикету у закладах готельного та ресторанного бізнесу, як з боку взаємен працівників між собою та працівників контактної зони та споживачами;

- визначати компетентності в управлінні конфліктами у закладах готельно-ресторанного бізнесу;
- вивчати професійний етикет в сфері обслуговування;
- компетекції у системному підході до особливості етикету обслуговування в ресторанах;
- процеси визначення засад міжнародного етикету обслуговування;
- стандарти етикету обслуговуючого персоналу

Студент повинний вміти:

- визначати поняття та термінологію професійної етики та етикету;
- розробляти правила етики управління;
- визначати методи управління конфліктами;
- використовувати професійний етикет в сфері обслуговування;
- моделювати поведінкові ситуації під час спілкування працівника зі споживачем;
- розробляти етичні стандарти обслуговування у готельному та ресторанному бізнесі.

Дисципліна «Професійна етика та етикет в закладах готельно-ресторанного бізнесу» є актуальною навчальною дисципліною, без якої неможлива підготовка якісного фахівця, який буде працювати у готельно-ресторанному бізнесі в умовах сучасного ринку послуг. Вона є складовою частиною та невід’ємною ланкою у ланцюзі навчальних дисциплін, без яких неможливо працювати у сфері готельного і ресторанного бізнесу.

Курс ґрунтується на загальному рівні підготовки студентів в межах навчального закладу, та попереджує набуття знання інших дисциплін, передбачених навчальним планом.

1.2 Програма навчальної дисципліни.

Модуль 1

Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі.

Тема 1 Вступ. Загальні поняття та основні терміни та визначення професійної етики та етикету.

1 Загальні поняття дисципліни. Основні терміни та визначення

Професійна етика – це сукупність моральних норм, які визначають ставлення людини до свого професійного обов'язку. Моральні відносини людей у трудовій сфері регулює професійна етика. Суспільство може нормально функціонувати і розвиватися тільки в результаті безперервного процесу виробництва матеріальних і духовних цінностей. Професійна термінологія, яка застосовується в сфері обслуговування є достатньо обширною.

Приведені нижче терміни та визначення стосуються основних понять про етичні норми та правила етикету в сфері гостинності.

Тема2 Історичний розвиток та сучасні напрями професійної етики та етикету.

1 Походження етики з історичної точки зору. Слово «етика» (грецьке ethical, від ethos – звичай, норов, характер) зазвичай вживається у двох сенсах. З одного боку етика – це область знання, наукова дисципліна, вивчає мораль, моральність, їх виникнення, динаміку, чинники та зміни. З іншого боку, під етикою розуміється сама сукупність моральних правив у тій чи іншій сфері поведінки людини чи організації. Як позначення особливої області знання цей термін запустив у вжиток Аристотель. Поняттям «етос» позначають узгоджені правил і зразки життєвого поведінки, уклад, стиль життя будь-якого людські спільноти (стану, професійної групи, соціального шару, покоління тощо.), і навіть орієнтацію будь-якої культури, прийняту у ній ієрархію цінностей.

2 Професійна етика і психологія

В етиці визначені вищі моральні цінності – це життя, свобода, повага честі та гідності кожної особи. Саме ці вищі моральні цінності роблять повсякденне життя людини духовно насиченим. Етика у вивченні поведінки людей, їх спонукань і мотивів тісно пов'язана з психологією.

Психологія досліджує залежність психічних явищ від об'єктивних умов життя і діяльності людини: - формування характеру, наполегливості, працелюбства, сумлінного ставлення до навчання. Вивчає також психічні процеси в єдності з процесами нервово-фізіологічними, що є основою відображуваної діяльності мозку.

Знаходити психологічно правильне рішення людям, у різних професійних ситуаціях, дозволяють знання основних психологічних закономірностей. Ці знання допомагають не тільки впливати на інших людей, а й розвивати в собі ті якості, які необхідні для діяльності в сфері гостинності.

Рекомендована література[1; 3; 10]

Тема 3 Корпоративна етика

1 Види корпоративної етики. Корпоративна етика – це система моральних принципів, норм моральної поведінки, які регулюють вплив на відносини всередині одного закладу і на взаємодію з іншими закладами готельно-ресторанного господарства.

Суб'єктами корпоративної етики є: власники, керівники та працівники закладів готельно-ресторанного господарства.

2 Формування корпоративних поглядів.

Вже в середньовіччі почали формуватися певні системи корпоративних поглядів. Їх найбільш характерними рисами були: солідарність людей однієї професії, сувора регламентація прав і обов'язків професійної діяльності тощо.. Що стосується безпосередньо діяльності підприємств, то ціннісно-мотиваційні, культурні компоненти господарського життя досить тривалий час оцінювалися як другорядний, що не лімітує економічне зростання і ресурс. Відтворення ціннісної середовища на підприємстві відбувалося

здебільшого стихійно, хоча увагу до неї з боку управлінців і вчених постійно зростала. Однак починаючи з 70-х років ХХ століття, вплив на культурні складові діяльності організацій стає безперервним і з одиничного - масовим, набуває рис добре скоординованою і пріоритетною стратегії їх керівництва.

Рекомендована література[1; 3; 10].

Тема 4 Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі.

1 Етика управління. Актуалізація ролі управління як виду суспільної діяльності обумовила широке використання досягнень багатьох наук, серед яких провідне місце посідають «поведінські науки». До них відносяться ергономіка, психологія та соціологія управління. Поряд з цим все більше актуалізується інтерес до етичних проблем.

В західних країнах опрацьовано багато різних рекомендацій, які стосуються «людських відносин», «етичних кодексів» для керівників, книг з етики службового і неслужбового спілкування. В основному, це ретельно відпрацьований інструмент управлінського впливу на свідомість працівників сфери обслуговування в процесі спільної праці.

2 Професійна етика персоналу. Будь-який керівник готельного підприємства опікується якістю послуг, що надаються споживачеві. Якість в готельному бізнесі – це репутація, гарантія конкурентоспроможності та популярності закладу. Зупиняючись в готелі, споживач стикається з портьє, офіціантами, носіями багажу, іноді помічаємо в коридорі покоївку (працівниками контактної зони). Приємне враження справляє готель, де обслуговування ненав'язливе, персоналу «не чути і не видно», та при цьому всі побажання виконуються. Але чи завжди якість роботи готельного персоналу залежить від «зірковості» готелю? Як показує практика, не завжди. Вартість послуг що надаються, та їх кількість – факт, безумовно, показником комфорту є і відсутність, наприклад, халата в п'ятизірковому готелі що викликає німе запитання і роздратування споживача. З'ясовується, що халат просто забули принести. Прикра дрібниця, неприємна розмова з пред'явленням претензій, якщо прохання повторювалася двічі або тричі. Це і є показник якості роботи.

3 Норми поведінки керівника. Поняття «команда» стосовно готельного підприємства – це в певному сенсі, фанатики своєї справи. Питання в тому, щоб це їх «горіння» було звернено тільки в сторону підприємства, роботи, творчого процесу. Зміни – важке випробування для всього колективу. Саме в цей час необхідно чітко розуміти, куди все рухається, що треба робити, як поступати. Ніякий тиск не прийнятний. Необхідний плавний, по можливості безболісний, перехід. Найгірше, що може бути в даній ситуації, – незавершеність процесу. Будь-які зміни повинні бути доведені до свого логічного завершення.

4 Управління конфліктами. Діяльність закладів готельно-ресторанного господарства пов'язана з відносинами між людьми. Ці відносини не завжди гармонійні і збалансовані. Відносини трансформуються у конфлікт, якщо з'являються протилежні інтереси. Важливе визначення ролі

і місця конфлікту в корпоративній культурі, його причин і наслідків у готельно-ресторанному бізнесі.

Теорія конфлікту заявила про себе насамперед як головна альтернатива позитивістському функціоналізму; «соціології порядку» було протиставлено «соціологію конфлікту», а тому проголошено необхідність створення іншої «гілки соціологічної теорії», яка б більш адекватно відображувала, на думку її послідовників, соціальну реальність. Разом з тим теоретики конфлікту звернулися до багатьох дилем соціологічного теоретизування взагалі, передусім до проблем соціальної зміни, диференціації, соціальної активності, ідейно-ціннісних детермінант суспільного розвитку [Попова Є. Внутрі фірмові конфлікти: Природа і методи подолання. // Кадри, – 2007. – № 5. – С. 8–10].

Рекомендована література[3; 8; 15]

Модуль 2

Професійний етикет в сфері обслуговування

Тема 5 Професійний етикет в сфері обслуговування.

1 Фізіономічні прояви різних типів людської індивідуальності.

Керувати своєю особою, виправляти певні її риси – це, в першу чергу, означає правильно вибирати найбільш значні та досконалі елементи громадського життя, виховуючи їх у своїй особі, наслідувати кращому, достойному, красивому і створювати в собі силу, гармонію, такт, мужність, рівновагу, доброзичливість до людей, формувати у своєму характері мудрість, благородне ставлення до всіх людей, почуття турботи та любові до ближнього, швидко і вірно оцінювати обставини і вміти гнучко, легко виправляти свою думку, відношення до оточуючих і швидко переходити від минулого неточного і помилкового до нового, більш вірного і правильно.

2 Основні принципи у спілкуванні. У процесі обслуговування під час надання готельно-ресторанних послуг споживачі і обслуговуючий персонал спілкуються і обмінюються інформацією яка можлива лише через знакові системи. Залежно від знакових систем можна виділити етикет вербальної комунікації (знаковою системою є мова) і невербальної комунікації (використовуються немовні знакові системи).

Вербальна комунікація – це комунікація за допомогою усної і письмової мови. Ефективність вербальної комунікації персоналу сфери гостинності залежить від рівня його культури мовлення. Культура мовлення. Етикету ділового спілкування, проблемі культури мовлення необхідно приділяти значну увагу.

Невербальна комунікація – це комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність). Спілкування як живий процес безпосередньої комунікації виявляє емоції тих, хто спілкується, утворюючи невербальний аспект обміну інформацією. Засоби невербальної комунікації як «мова почуттів» значно посилюють смисловий ефект

вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її замінювати. У діловій розмові вони мають часом більше значення, ніж слова. Для менеджера сфери гостинності винятково важливо, з одного боку, уміти контролювати свої рухи і міміку, а з іншого боку – розуміти мову жестів і міміку споживача, правильно інтерпретувати їх. Неувага до невербальних засобів у діловому спілкуванні може дезорієнтувати співрозмовника, якщо неправильно сприймати його міміку, жести, поведінку у типових ситуаціях або необачно самому поводитися.

Рекомендована література[1;3;10]

Тема 6 Професійні особливості спілкування в готельно-ресторанному бізнесі.

1 Особливості розмов за телефоном. У діловій практиці важко обійтися без телефону. Ділові люди витрачають на телефонні переговори від чотирьох до двадцяти п'яти відсотків свого робочого часу. Завдяки телефону підвищується оперативність вирішення величезної кількості питань, відпадає необхідність надсилати листи, телеграми або їхати до іншої установи, на підприємство чи фірму.

Телефонний зв'язок забезпечує двосторонній безперервний обмін інформацією на будь-якій відстані. По телефону проводяться переговори, віддаються розпорядження, висловлюються прохання, надаються консультації, наводяться довідки і часто першим кроком на шляху укладення договору є саме телефонна розмова.

2 Правила спілкування в електронному просторі. Комп'ютер суттєво збільшує можливість оперативного зв'язку та може працювати в системі електронної пошти. Електронна пошта (E-mail) – зручний спосіб швидкого та ефективного спілкування.

В Україні існують численні інтернет-мережі комунікаційного зв'язку, які працюють за різними міжнародними протоколами. Мережі можуть взаємодіяти між собою. Вони дозволяють передавати та отримувати різні повідомлення інформаційного або особистісного характеру, а також мати доступ до «Дошки оголошень» чи «Телеконференцій», мережі новин про комерційні пропозиції, баз даних тощо.

Рекомендована література[6;9;14]

Тема 7 Особливості етикету обслуговування в ресторанах.

1 Правила поведінки за столом. Відвідувачі підприємств харчування відрізняються віком, статтю, професією, освітою, матеріальним становищем, а також своїми психологічними особливостями. Це відображається на їх поведінці і змушує персонал приймати рішення і діяти в дуже різноманітних ситуаціях.

Етикет – це порядок проведення певної церемонії. Проте варто пам'ятати, що сучасний етикет це не тільки правила прийому їжі за столом, а й уміння виробляти приємне враження своїм зовнішнім виглядом на оточуючих, манерою говорити і спілкуватися. Поведінка людини за столом –

ціла наука. Всі норми і правила поведінки за столом вироблені багатьма поколіннями і в своїй основі мають, перш за все, здоровий сенс, а також правила гігієни, гуманне ставлення до людей тощо. По тому, як людина триматися за столом, як їсть, можна судити про його культурному рівні. Без дотримання правил поведінки за столом, без хороших манер важко домогтися успіху в суспільстві. І, оскільки прийоми – невід'ємна частина ділового життя, сучасні школи бізнесу, коледжі та інші навчальні заклади навчають майбутніх бізнесменів правильно поводитися за столом, проявляти ввічливість і люб'язність по відношенню до сусідів, є не тільки красиво, але і «безпечно» для оточуючих. Постараємося розглянути основні правила поведінки за столом.

2 Правила поведінки обслуговуючого персоналу. Найважливішим правилом для всіх працівників сфери обслуговування є ввічливе і заповадливе ставлення до гостя. Щоб гість почував себе «як вдома» потрібні зусилля всього колективу. Якщо така мета досягнута – це є найвища оцінка праці, яку може заслужити обслуговуючий персонал. У залежності від пори дня персонал, зустрічаючи гостя, може побажати йому доброго ранку, доброго дня чи доброго вечора. Якщо гість нерішуче зупинився біля входу, обслуговуючий персонал зобов'язані запропонувати йому вільне місце за столом.

Рекомендована література[4; 5; 16]

Тема 8 Міжнародний етикет обслуговування

1 Основні правила етикету за кордоном. Основні правила етикету є універсальними, тобто правила ввічливості використовуються не тільки у себе вдома, але і прийняті в міжнародному спілкуванні. Часом трапляється й так, що добре вихована людина потрапляє в скрутне становище. Як правило, це відбувається, коли необхідно знання міжнародного етикету. Кожен представник своєї держави є носієм політичних поглядів своєї країни, релігійних переконань, обрядів і національних традицій, укладу життя, психології та культури. Спілкування з представниками інших країн вимагає не тільки знання іноземних мов, але і вміння вести себе тактовно, природно й гідно, а також попереднього вивчення особливостей національного характеру, специфіки їх способу життя, манери поведінки. Подібні знання не приходять самі по собі. Школу міжнародного етикету слід вивчати.

Англійські традиції наказують стриманість у бесіді. Іноземцеві з першого погляду може здатися, що англійська бесіда беззмістовна і повільна. У Франції особливо цінується ораторське мистецтво. Співрозмовник повинен не тільки володіти мистецтвом красномовства, але бути ще й тонким психологом. Кілька слів про особливості німецького етикету і поведінки за столом. Німці, як правило, називають титул кожного, з ким вони розмовляють (пане президенте, пане міністре тощо.) Італійці експресивні, розумні, кмітливі, ввічливі, але у той же час запальні та мстиві. Італійці «фонтанують» енергією, відкрито виказують свої почуття, тому стриманість може сприйнятися як лицемірство.

Іспанці-бізнесмени віддані своїй роботі. Вони старанні, але якщо від них залежить якась частина роботи, яку потрібно виконати самостійно, опт будуть затягувати її виконання до останнього.

Американцям властиві такі риси характеру як незалежність, самостійність, вміння змагатися і вигравати. Та етикет інших країн.

2 Основні етапи прийому іноземних делегацій. Діловий протокол – правила, що регламентують порядок зустрічей і проведів делегацій, проведення бесід і переговорів, організацію прийомів, форму одягу, ведення ділового листування, підписання договорів, угод та ін.

Зустріч в аеропорту (або на вокзалі), транспорт, при зустрічах і проводах делегації складається план розсадження по автомобілях, проживання, знайомство, одяг, подарунки і сувеніри.

Важливе значення у діловому спілкуванні з іноземними партнерами мають правила розташування в автомобілі. Поруч із водієм сідає супровідник або перекладач. Найкраще місце - праворуч позаду водія. Наприклад, голова сторони, що приймає, після зустрічі в аеропорту або під час прямування делегації на прийом, пропонує це місце голові іноземної делегації, а сам розташовується поруч. У багатомісному автомобілі голови делегацій займають місце в першому ряду.

Рекомендована література[1;3;10]

Тема 9 Організація дипломатичних прийомів (прийняття)

1 Дипломатичний прийом – одна із загальноприйнятих форм зовнішньополітичної діяльності урядів, міністерств закордонних справ, дипломатичних представництв та дипломатів. Прийом здійснюють як на відзначення важливих подій (національні свята, річниці підписання договорів, перебування у країні високого гостя або делегації), так і у випадку повсякденної діяльності міністерств закордонних справ та посольств: Багаторічна міжнародна практика встановила види дипломатичних прийомів, методи їх підготовки, дипломатичний етикет, якого дотримуються учасники прийомів.

2 Види дипломатичних прийомів. Прийоми поділяються на денні та вечірні, з розсадженням за столом і без розсадження. До денних належать прийоми тину «бокал шампанського», «бокал вина», сніданки, тощо.

Рекомендована література[4; 5; 20]

Тема 10 Стандарти етикету обслуговуючого персоналу

1 Етика працівників контактної зони. Правила гостинності. В закладах готельно-ресторанного господарства в першу чергу необхідно дотримуватися основних принципів етикету обслуговування, для здійснення надання послуг на високому рівні.

У своїй повсякденній роботі сучасні заклади готельно-ресторанного господарства прагнуть керуватися принципами етикету, який спрямований:

- на створення сприятливого враження з першого погляду;
- формування привітності, дружелюбності й ввічливості у всього персоналу;
- поінформованості кожного працівника про всі складові процесу обслуговування;

В закладах готельно-ресторанного господарства в першу чергу необхідно дотримуватися основних принципів етикету обслуговування, для здійснення надання послуг на високому рівні.

У своїй повсякденній роботі сучасні заклади готельно-ресторанного господарства прагнуть керуватися принципами етикету, який спрямований:

- на створення сприятливого враження з першого погляду;
- формування привітності, дружелюбності й ввічливості у всього персоналу;
- поінформованості кожного працівника про всі складові процесу обслуговування;

2 Вимоги до етичного спілкування зі споживачами

- підтримувати позитивний імідж закладу;
- усно спілкуватися з гостями та партнерами, громадськістю;
- володіти ораторською майстерністю;
- володіти прийомами ведення переговорів з гостями;
- дотримуватися правил ведення ділової переписки;
- аналізувати і враховувати претензії і побажання гостей;
- вирішувати конфліктні ситуації;
- аналізувати і запобігати конфліктним ситуаціям;
- володіти розмовною іноземною мовою (одною) для сфери обслуговування;

Та інші положення.

Приклади стандартів етикету обслуговуючого персоналу діючих сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу

Рекомендована література[6; 5; 21]

1.3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Модуль 1													
Змістовий модуль 1													
Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі.													
<i>Тема 1</i> Вступ. Загальні поняття та основні терміни та визначення професійної етики та етикету.	10	2	-	-	-	8	10	2	-	-	-	8	
<i>Тема 2</i> Історичний розвиток та сучасні напрями професійної етики та етикету	12	2	2	-	-	8	10	2	-	-	-	8	
<i>Тема 3</i> Корпоративна етика	12	4	2	-	-	6	10	2	-	-	-	8	
<i>Тема 4</i> Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі	18	6	4	-	-	8	12	2	2	-	-	8	
Разом за змістовим модулем 1	52	14	8	-	-	30	42	8	2	-	-	32	
Модуль 2													
Професійний етикет в сфері обслуговування													
<i>Тема 5</i> Професійний етикет в сфері обслуговування	10	4	2	-	-	4	14	2	2	-	-	10	
<i>Тема 6</i> Професійні особливості спілкування в готельно-ресторанному бізнесі.	12	4	4	-	-	4	12	2	2	-	-	8	
<i>Тема 7</i> Особливості етикету обслуговування в ресторанах.	14	4	4	-	-	6	14	2	2	-	-	10	
<i>Тема 8</i> Міжнародний етикет обслуговування	10	4	2	-	-	4	14	2	2	-	-	10	
<i>Тема 9</i> Організація дипломатичних прийомів	14	4	4	-	-	6	14	2	2	-	-	10	
<i>Тема 10</i> Стандарти етикету обслуговуючого персоналу	8	2	2	-	-	4	10	2	2	-	-	6	
Разом за змістовим модулем 2	68	22	18	-	-	28	78	12	12	-	-	54	
ІНДЗ						8						8	
Усього годин	120	36	26	-		8	58	120	20	14	-	8	86

1.4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 3 Корпоративна етика	2\-
3	Тема 4 Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі.	4\2
4	Тема 5 Професійний етикет в сфері обслуговування.	2\2
5	Тема 6 Професійні особливості спілкування в готельно-ресторанному бізнесі.	4\2
6	Тема 7 Особливості етикету обслуговування в ресторанах.	4/2
7	Тема 8 Міжнародний етикет обслуговування	2/2
8	Тема 9 Організація дипломатичних прийомів (прийняття)	2/2
9	Тема 10 Стандарти етикету обслуговуючого персоналу	4/2
	Разом	26/14

1.5 Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1 Вступ. Загальні поняття та основні терміни та визначення професійної етики та етикету.	8\8
2	Тема 2 Історичний розвиток та сучасні напрями професійної етики та етикету.	8\8
3	Тема 3 Корпоративна етика	6\8
4	Тема 4 Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі	8\8
5	Тема 5 Професійний етикет в сфері обслуговування	4\10
6	Тема 6 Професійні особливості спілкування в готельно-ресторанному бізнесі.	4\8
7	Тема 7 Особливості етикету обслуговування в ресторанах.	4\10
8	Тема 8 Міжнародний етикет обслуговування.	6\10
9	Тема 9 Організація дипломатичних прийомів (прийняття)	6\10
10	Тема 10 Стандарти етикету обслуговуючого персоналу	4\6
	Разом	58/86

1.6 Індивідуальні завдання

1. Поняття етикету в бізнесі.
2. Моральні основи етикету в бізнесі.
3. Міжнародний етикет в ресторанному бізнесі.
4. Етикет проведення офіційних заходів в ресторанному бізнесі.
5. Етикет віртуального спілкування.
6. Етика та бізнес.
7. Можливі співвідношення в умовах українського ринку.

8. Управління кооперативною культурою в бізнесі.
9. Особливості існування бізнесу в етичному світі.
10. Етика бізнесу та соціальна відповідальність.
11. Ділове спілкування, як елемент обміну інформацією в ресторанному бізнесі.
12. Поняття колективу. морально-психологічний клімат в колективі.
13. Управління конфліктами та стресами в колективах співробітників ресторанного господарства.
14. Організація проведення ділових бесід в закладах ресторанного господарства.
15. Організація проведення нарад та ділових переговорів в закладах ресторанного господарства.
16. Етикет службової телефонної розмови в закладах ресторанного господарства.
17. Етикет ділової переписки.
18. Візитна картка в діловому спілкуванні.
19. Комунікативні, здібності персоналу
20. Вербальна комунікація в ресторанному бізнесі
21. Невербальна комунікація в ресторанному бізнесі.
22. Професійний етикет в ресторанному господарстві.
23. Професійна етика обслуговуючого персоналу в ресторанному господарстві.
24. Мовний етикет обслуговуючого персоналу.
25. Етикет обслуговування споживачів.

1.7. Тематика контрольних робіт для студентів заочного відділення.

Завдання 1

1. Особливості етики підприємництва.
2. Комунікаційні здібності персоналу в закладах ресторанного господарства.

Завдання 2

1. Індивідуальні етичні стратегії бізнесу.
2. Вербальна комунікація в ресторанному бізнесі.

Завдання 3

1. Сутність управлінської етики в бізнесі
2. Невербальна комунікація в ресторанному бізнесі.

Завдання 4

1. Етика бізнесу
2. Кодекс професійної етики робітників ресторанного господарства.

Завдання 5

- 1 Моральність – основа етики підприємництва
- 2 Поняття професійного етикету.

Завдання 6

- 1 Особливості управління колективом в ресторанному бізнесі.
- 2 Складові професійної етики робітників контактної зони готельних комплексів.

Завдання 7

- 1 Культура організації ділового спілкування в закладах ресторанного господарства.
- 2 Етикет робітників обслуговуючої зони ресторанних комплексів.

Завдання 8

- 1 Поняття комунікації в ресторанному бізнесі.
- 2 Вимоги до зовнішнього вигляду та одягу працівників закладів ресторанного господарства.

Завдання 9

- 1 Етична культура ресторанного сервісу.
- 2 Культура спілкування робітників з відвідувачами.

Завдання 10

- 1 Моральні основи професійного етикету в ресторанному бізнесі.
- 2 Шляхи вирішення скарг відвідувачів закладів ресторанного господарства.

Завдання 11

- 1 Етикет за столом в закладах ресторанного господарства
- 2 Професійна етика робітників закладів ресторанного господарства

Завдання 12

- 1 Ділове спілкування як обмін інформацією в ресторанному бізнесі.
- 2 Етикет обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства.

Завдання 13

- 1 Поняття колективу
- 2 Етикет ділової переписки в ресторанному бізнесі.

Завдання 14

- 1 Дисципліна як форма зв'язку між співробітниками в закладах ресторанного господарства.
- 2 Правила оформлення ділової кореспонденції в закладах ресторанного господарства.

Завдання 15

- 1 Етика керівника закладу ресторанного господарства.
- 2 Візитна картка в діловому спілкуванні .

Завдання 16

- 1 Морально-психологічний клімат в колективі
- 2 Сутність корпоративної культури.

Завдання 17

- 1 Загальне поняття про конфлікти
- 2 Структурно-образні компоненти корпоративної культури в закладах ресторанного господарства.

Завдання 18

- 1 Типи конфліктів в колективі
- 2 Вплив «субкультур» на зміст корпоративної культури в закладах ресторанного господарства.

Завдання 19

- 1 Методи керування конфліктами та стресами в колективі закладу ресторанного господарства.
- 2 Організація проведення презентацій в закладах ресторанного господарства.

Завдання 20

- 1 Організація проведення ділових бесід в закладах ресторанного господарства
- 2 Гідність і честь як категорії професійної етики в закладах ресторанного господарства.

Завдання 21

- 1 Організація проведення нарад в закладах ресторанного господарства
- 2 Сумління як категорія професійної етики в закладах ресторанного господарства.

Завдання 22

- 1 Організація проведення: ділових переговорів в закладах ресторанного господарства
- 2 Типи корпоративної культури в ресторанному бізнесі.

Завдання 23

1 Методи проведення переговорів в закладах ресторанного господарства

2 Управління корпоративною культурою в закладах ресторанного господарства.

Завдання 24

1 Етика ділових переговорів в закладах ресторанного господарства

2 Фактори формування корпоративної культури в ресторанному бізнесі.

Завдання 25

1 Етика проведення переговорів з закордонними партнерами в ресторанному бізнесі.

2 Оцінка ефективності ділового спілкування в ресторанному бізнесі.

Завдання 26

1 Етикет службової телефонної розмови в закладах ресторанного господарства.

2 Шляхи удосконалення процесі оптимізації ділового спілкування в ресторанному бізнесі.

1.8. Методи навчання

Методи навчання – засоби спільної роботи викладача та студентів, за допомогою яких, у тих, хто навчається формуються необхідні знання, навички, вміння. Кожний метод – це струнка система взаємопов'язаних прийомів: усний виклад навчального матеріалу, обговорення матеріалу, показ (демонстрація) вправи, практичні роботи, індивідуальні роботи.

Використовуються такі методи навчання:

- методи організації та здійснення навчальної діяльності: словесні (розповідь, бесіда, лекція), наочні (показ, демонстрація), практичні, репродуктивні і проблемні, самостійна робота та робота під керівництвом викладача;

- методи стимулювання та мотивації навчання: методи формування інтересу (пізнавальні ігри, аналіз проблемних ситуацій), методи формування відповідальності в навчанні (роз'яснення суспільної та особової значущості навчання, пред'явлення педагогічних вимог);

- методи контролю і самоконтролю (усний і письмовий контроль, лабораторні і практичні роботи, машинний і безмашинний програмований контроль у вигляді тестів, фронтальний і диференційований, поточний і підсумковий).

Під час викладання дисципліни «Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві» для активізації навчального

процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких як проблемні лекції, міні-лекції, кейс-метод, презентації, робота в малих групах.

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни наведено у табл. 1.8.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекцій друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При викладанні лекційного матеріалу студентам пропонуються питання для самостійного розмірковування. При цьому лектор задає запитання, які спонукають студента шукати розв'язання проблемної ситуації. Така система примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді.

На початку проведення проблемної лекції необхідно чітко сформулювати проблему, яку необхідно вирішити студентам. При викладанні лекційного матеріалу слід уникати прямої відповіді на поставлені запитання, а висвітлювати лекційний матеріал таким чином, щоб отриману інформацію студент міг використовувати при розв'язанні проблеми.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг під час використання у навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти при роботі у певній малій групі.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної, управлінської діяльності фахівців та передбачає розгляд виробничих ситуацій, проблемних ситуацій тощо.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження.

На початку проведення міні-лекції за вказаними вище темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло. Лекційне заняття, проведене у такий спосіб, пробуджує у студента активність та увагу при сприйнятті матеріалу, а також спрямовує його на використання системного підходу при відтворенні інформації, яку він одержав від викладача.

Проблемні лекції та міні-лекції доцільно поєднувати з такою формою активізації навчального процесу, як робота в малих групах.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практичні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі

кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5-6 чоловік та презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Таблиця 1.8. – Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни.

Найменування теми	Вид занять	Обсяг, години	Найменування методу навчання та його короткий зміст
1	2	3	4
Тема 3 Корпоративна етика	Лекція	4	Проблемна лекція з питань: «Принципи формування інфраструктури готелів.»
Тема 6 Професійні особливості спілкування в готельно-ресторанному бізнесі.	Лекція	4	<i>Проблемна лекція</i> з питань: «Визначення ресурсів інфраструктури готелів»
Тема 7 Особливості етикету обслуговування в ресторанах.	Лекція	4	<i>Міні-лекція</i> з питання: «Моделювання інфраструктури різних типів засобів розміщення»
Тема 8 Міжнародний етикет обслуговування	Лекція	2	<i>Міні-лекція</i> з питання : «Тенденції розширення інфраструктури закладів ресторанного господарства.»
	семінарське заняття	4	<i>Презентація</i> результатів роботи в малих групах

1.9 Методи контролю

Під час навчання одним із важливих моментів є критерії оцінювання знань студентів, які є невід'ємною складовою частиною будь-якого навчального процесу.

До контрольних заходів належать поточний, модульний (проміжний) та семестровий (підсумковий) контролю, які проводяться з метою оцінювання результатів на певному етапі навчання.

Поточний контроль – це оцінювання рівня засвоєння студентом навчального матеріалу під час проведення лекцій, практичних занять, самостійної роботи.

Модульний (проміжний) контроль – це оцінювання засвоєння студентом навчального матеріалу, блоків змістових модулів, винесених на цей контрольний захід. Модульний контроль проводиться під час тижнів модульного контролю за розкладом навчальних занять.

Семестровий (підсумковий) контроль – це екзамен в обов'язку навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

Кожен блок змістових модулів має бути обов'язково оцінений. Студент повинен позитивно скласти модульний (проміжний) контроль. Незадовільні оцінки складання модульного контролю вважаються академічною заборгованістю.

Відповідно до умов кредитно-модульної системи організації навчального процесу передбачається оцінювання успішності студентів з дисципліни в балах.

Академічні успіхи студента визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовується в університеті, а саме: оцінки виставляються згідно з таблицею співставлення шкал (табл.1. 9.1).

Таблиця 1.9.1 – Шкала перерахунку оцінок результатів контролю знань студентів

<i>Національна</i>	<i>Університетська</i>	<i>ECTS</i>
5 (відмінно)	90-100 балів	A (відмінно)
4 (добре)	85-89 балів	B (дуже добре)
	75-84 балів	C (добре)
3 (задовільно)	70-74 балів	D (задовільно)
	60-69 балів	E (достатньо)
2 (незадовільно)	35-59 балів	РХ (незадовільно) – з можливістю повторного складання блоку змістових модулів
	1 -34 балів	Р (незадовільно) – з обов'язковим повторним вивченням блоку змістових модулів

Оцінювання проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Під час контролю систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінці підлягають рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; активність під час виконання розрахункових робіт або розв'язанні задач, рівень проведення презентації результатів роботи та захисту.

Під час контролю виконання завдань для самостійного опрацювання оцінці підлягають самостійне опрацювання тем в цілому чи окремих питань; проведення розрахунків; підготовка конспектів навчальних чи наукових текстів, підготовка реферативних матеріалів з публікацій тощо.

При виконанні модульних (контрольних) завдань оцінці підлягають теоретичні знання та практичні навички, яких набули студенти після опанування певного модуля. Модульний контроль проводиться у формі відповідей на теоретичні питання, тестування, рішення задач.

В разі невиконання певних завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студенти мають право, за дозволом декана, скласти їх до останнього практичного заняття. Час та порядок складання визначає викладач.

Підсумковий бал за результатами поточного модульного контролю оформлюється під час останнього практичного заняття відповідного семестру.

Для визначення оцінки під час модульного контролю враховуються результати поточного контролю з практичних занять, результати захисту індивідуального завдання, передбаченого з даної навчальної дисципліни.

На тижнях модульного контролю студент може виконати окремі пропущені практичні заняття, захистити індивідуальні завдання, отримати консультацію, а також виконати інші види робіт, необхідні для позитивного оцінювання виконання ним індивідуального навчального плану.

Студент вважається допущеним до модульного (проміжного) контролю, якщо він виконав усі види робіт, які передбачені цією робочою програмою з вивчення відповідного блоку змістових модулів даної дисципліни.

У разі недопущення студента до модульного (проміжного) контролю або відсутності на ньому, викладач проставляє йому у відомості 0 (нуль) балів. У разі поважної причини відсутності декан факультету надає студентові дозвіл на проходження відповідного модульного контролю в індивідуальному порядку. Оцінки модульного контролю з дисципліни можуть виставлятися за результатами поточного контролю навчальної роботи студента.

Результати модульного контролю доводяться до відома студентів не пізніше наступного робочого дня після дати його проведення.

Студент, який не погоджується з одержаною оцінкою, має право звернутися до викладача й отримати обґрунтоване пояснення. У разі незгоди з рішенням викладача студент має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше наступного робочого дня після оголошення результатів модульного контролю.

Оцінки першого та другого модульного контролю виставляються за університетською шкалою.

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни, формою підсумкового контролю якої є залік, здійснюється на основі результатів поточного і підсумкового контролю знань (заліку).

Завданням до заліку є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

1.10 Розподіл балів, які отримують студенти для заліку.

Поточне тестування та самостійна робота										Сума
Модуль №1				Модуль № 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	60\100
5-8	6 -10	6-10	6-10	7-12	6-10	6-10	7-12	6-10	5-8	

1.11 Методичне забезпечення.

1. Малюк Л. П. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі : монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна. – Х. : ХДУХТ, 2011. – 73 с.

2. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі: Начальний посібник / Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва. – Х. : ХДУХТ, 2017. –147 с.

1.12Рекомендовані літературні джерела

1. «Про захист прав споживачів»: Закон України (у редакції Закону України від 01.12.2005 р. № 3161-IV.

2. «Про затвердження Порядку надання готельних послуг з тимчасового розміщення» (проживання): Закон України (Постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 297.

3. Андреева И. В. Етика ділових відносин / И.В.Андреева – СПб. : Вектор, 2006. – 160 с.

4. Ботавіна Р.Н. Етика ділових відносин: навч. посібник / Р.Н. Ботавіна – М. : “Фінанси і статистика”, 2004. – 208 с.

5. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 2004. – 261 с.

6. Гах Й.М. Етика ділового спілкування : навч. посібник /Й.М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
7. Герасимчук А.А. Етика та етикет/А.А.Герасимчук, О.І. Тимошенко. – К. : ЄУ. – 2006. – 350 с.
8. Герчанівська П.Е. Культура управління : навч. посібник / П.Е. Герчанівська – К. : ІВЦ Видавництво “Політехніка”, 2005. – 152 с.
9. Єрмоленко А.М. Етика дискурсу Карла-Отто Апеля у контексті українського суспільства за доби модернізації/А.М.Єрмоленко // Філософська думка. – 2007. – № 5. – С. 104 – 124.
10. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія : підручник / Єрмоленко А.М. – К. : Лібра, 1999. – 488 с.
11. Єрмоленко А.М. Філософувати дискурсом. Практична філософія Дитріха Бюлера та берлінська етика дискурсу А.М.Єрмоленко// Філософська думка. – 2007. – № 1. – С. 107 – 116.
12. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / Зусін В.Я. – К.: Центр навч. літератури, 2005 – 224 с.
13. Калашник Г.М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібник / Г.М. Калашник – К. : Знання, 2007. – 143 с.
14. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник / О.В.Кубрак. – Суми : ВДТ “Університетська книга”, 2002. – 288 с.
15. Максвелл Дж. Нет такого поняття, як «деловая» етика : пер. с англ. Е.А. Самсонов / Дж. Максвелл. – Минск: ООО «Попурри», 2004. – 192 с.
16. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: підручник/ М. М. Мартиненко – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
17. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
18. Проценко О.П. Етикет в просторі практичної філософії / О.П. Проценко – Харків : ХНУ, 2002. – 240 с.
19. Романовський О.Г. Ділова етика: навч. посібник/ О.Г. Романовський, О.С. Пономарьов, О.М. Лапузіна. – Харків : НТУ «ХПШ», 2006. – 364 с.
20. Сердюк О.Д. Теорія та практика менеджменту : навч. посібник / О.Д. Сердюк– К. : Професіонал, 2004. – 432 с.
21. Статінова Н.П. Етика бізнесу : навч. посібник / Н.П. Статінова, С.Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с.
22. Стоян Т.А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена : навч. посібник / Т.А.Стоян– К. : Центр навч. літератури, 2004. – 232 с.
23. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Г.Л.Чайка – К. : Знання, 2005. – 442 с.

Інтернет ресурси

[/http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what](http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what)
<http://osvita.ua/vnz/reports/culture/10477/>
https://studme.com.ua/.../etika_i.../sluzhebnyy_etiket.htm
stud.com.ua/27335/.../etiket_dilovogo_spilkuvannya
posibnyky.vntu.edu.ua/et_/21.htm
<posibnyky.vntu.edu.ua/etika/p3.htm>
<https://www.superstudent.com.ua/.../dlova-etika-ta-etiket-ref...>

2 Рекомендації до самостійного вивчення окремих розділів

Модуль 1.

Професійна етика в готельно-ресторанному бізнесі.

Тема 3 Корпоративна етика

1 Види корпоративної етики

Корпоративна етика – це система моральних принципів, норм моральної поведінки, які регулюють вплив на відносини всередині одного закладу і на взаємодію з іншими закладами готельно-ресторанного господарства.

Суб'єктами корпоративної етики є: власники, керівники та працівники закладів готельно-ресторанного господарства.

М.В. Дубініна вважала що «під впливом корпоративної етики діяльність працівників організовується не стільки на основі наказів або компромісів, скільки за рахунок внутрішньої узгодженості орієнтирів і прагнень співробітників».

Організація, побудована на єдності світогляду і ціннісних установок її членів, стає найбільш гармонійним і динамічною формою корпоративного співтовариства». Таким чином, призначення корпоративної етики – регулювання взаємовідносини представників різних професій, об'єднаних спільністю трудового колективу, які працюють в одній організації.

Корпоративну етику можна уявити як систему з двома підсистемами. По-перше, це моральні і етичні цінності організації і її пріоритети в розвитку. По-друге, це норми і правила поведінки співробітників організації в формальних і неформальних ситуаціях.

Корпоративна етика базується на ряді принципів.

Принцип корпоративної етики – правило діяльності в системі норм моральної поведінки суб'єктів корпоративної етики при виконанні ними своїх обов'язків. Відсутність чітко сформульованих правил корпоративної етики неминуче призводить до відсутності певної відданості своєму підприємству, що негативним чином позначається і на роботі конкретного співробітника (співробітників), і на прибутку всього підприємства в цілому. Наприклад, передача конфіденційної інформації конкуруючому підприємству практично є етичною нормою, адже працівник не зобов'язаний піклуватися про те

суспільство, де він не є членом. І лише введення правил корпоративної етики дозволяє людині відчувати себе не просто гвинтиком у виробничій машині, не інструментом, за допомогою якого хтось «робить гроші», а повноправним членом колективу, майже що – членом сім'ї.

Корпоративна етика обумовлює колективні принципи поведінки. Наприклад: турботу про спільні інтереси організації і кожного співробітника окремо, забезпечення зростання цінностей організації, дотримання норм ділового спілкування, створення і підтримання ділового іміджу та бездоганної репутації організації (при цьому розмови про те, як погано йдуть справи в організації і який начальник – є хам зі сторонніми стають етично неможливими), підтримка загальної стратегії і пріоритетів організації, невикористання іміджу організації на шкоду їй в особистих цілях, конфіденційність отриманої інформації тощо.

Корпоративна етика обумовлює етичні принципи службових відносин. Наприклад, співробітники організації повинні з повагою ставитися до всіх людей, вони повинні виконувати свої обіцянки, проявляти терпимість до чужої думки, дотримуватися ввічливості і коректності, не втручатися в особисте життя іншої людини без його особистого прохання тощо.

Над правилами, які встановлюються корпоративним кодексом для співробітників, знаходяться правила, встановлені для самого закладу готельно-ресторанного господарства. Наприклад: побудова відносин зі споживачами і партнерами виключно на правовій основі, повна відповідальність за якість своєї продукції і виконання договірних зобов'язань, створення і підтримка взаємовигідних відносин з постачальниками і споживачами, визнання трудових заслуг співробітників і забезпечення їм справедливої винагороди, забезпечення соціальних гарантій працівників тощо.

Іншими словами корпоративна етика повинна задовольняти принципам SMART:

- 2 S (specific) – конкретна;
- 3 M (measurable) – вимірна;
- 4 A (acquirable) – досяжна;
- 5 R (realistic) – реалістична;
- 6 T (time bound) – здійсненне в обмежений час.

Основу норм корпоративної етики становлять цінності. Цінності – це відносно загальні переконання, які визначають, що правильно і що неправильно, і встановлюють загальні переваги людей.

Цінності можна також розділити на індивідуальні та організаційні, проте вони багато в чому збігаються, але є і такі, які можуть бути віднесені виключно або до однієї групи, або до іншої. Наприклад, такі як «добробут», «безпека», «ініціатива», «якість», «незалежність» можуть ставитися до обох груп, а такі як «сім'я», «передбачуваність», «робота», «авторитетність» відносяться до індивідуальних, а «взаємозамінність», «гнучкість», «зміна» пов'язані з організацією.

Позитивні цінності, виражені наступними

висловлюваннями:

- Робота може бути виконана на «відмінно»;
- У суперечці народжується істина;
- Інтереси споживача понад усе;
- Успіх компанії – це мій успіх;

Кожен вкладає свій зміст у назву цінності, тому варто при вивченні ціннісних орієнтацій просити уточнити зміст цієї цінності, що вони мають на увазі під нею.

Негативні цінності, виражені наступними

висловлюваннями:

- Начальству довіряти не можна, довіряти можна тільки друзям;
- Ти начальник – я дурень, я начальник – ти дурень;
- Не висовуйся;
- Добре працювати – це не є найголовніше в житті;
- Всією роботи не переробити.

Формування корпоративних поглядів.

Вже в середньовіччі почали формуватися певні системи корпоративних поглядів. Їх найбільш характерними рисами були: солідарність людей однієї професії, суворе регламентація прав і обов'язків професійної діяльності тощо.. Що стосується безпосередньо діяльності підприємств, то ціннісно-мотиваційні, культурні компоненти господарського життя досить тривалий час оцінювалися як другорядний, що не лімітує економічне зростання і ресурс. Відтворення ціннісної середовища на підприємстві відбувалося здебільшого стихійно, хоча увагу до неї з боку управлінців і вчених постійно зростала. Однак починаючи з 70-х років ХХ століття, вплив на культурні складові діяльності організацій стає безперервним і з одиничного - масовим, набуває рис добре скоординованою і пріоритетною стратегії їх керівництва.

Основоположне значення, на основі яких формується корпоративна етика, як правило, є:

Компетентність і професіоналізм. Суб'єкти корпоративної етики повинні: володіти якісною освітою, досвідом роботи, вмінням приймати зважені і відповідальні рішення; прагнути підвищувати свій професійний рівень; мати ініціативність і активність при виконанні посадових обов'язків, відповідальність і дисциплінованість.

Чесність і неупередженість. Це фундамент діяльності організації, її ділової репутації. В організації не допускається конфлікту між особистими інтересами та професійною діяльністю.

Відповідальність. Відповідальність – гарантія якості діяльності організації.

Повага людської особистості. Працівники організації мають право на чесне і справедливе ставлення до них, незалежно від раси, мови, політичних і релігійних переконань, статевої, національної та культурної приналежності.

Патріотизм. Працівник повинен бути як патріотом своєї держави, так і патріотом своєї організації. Він повинен сприяти розвитку організації і держави.

Безпека. Виражається в прагненні зберегти комерційну таємницю, і в турботі про збереження організації, і в забезпеченні нешкідливих і безпечних умов праці.

Благополуччя. Націленість на матеріальне благополуччя, як умова реалізації потреб людини, його сім'ї, спільності, в рамках якої він живе.

Взаємозамінність. Вона дозволяє організації бути гнучкою під час реагування на несподівані зміни в навколишньому середовищі і позаштатні ситуації в самій організації.

Гармонія. Орієнтація на відповідність різних аспектів, сторін життєдіяльності організації незалежно від того чи ефективні дані явища чи ні, головне не порушувати рівновагу, гармонійність відносин.

Гнучкість. Націленість на гнучкість і спонукання працівників до ефективній взаємодії, спільним пошукам оптимального рішення проблеми, прийнятних для представників різних служб способів реалізації намічених цілей, своєчасне реагування на зміни довкілля (особливо актуальна в нестабільному зовнішньому середовищі).

Слід перерахувати і моральні якості, на яких базується корпоративна етика: чуйність; уважність; доброзичливість; здатність сприймати критику; відданість; порядність, чесність; скромність; відкритість тощо.



Рисунок 2.2 – Принципи корпоративної етики

Види корпоративної етики.

Розрізняють декілька видів корпоративної етики. Це традиційна, висококваліфікована, інноваційна і громадська етика. Традиційна корпоративна етика – це старомодний підхід до корпоративного оточення. Вона ґрунтується на чітко визначених ролях і відносинах між співробітниками. Традиційно діє простий ланцюжок команд. Укази віддаються зверху і виконуються підлеглими без обговорення або незгоди.

І хоча такий вид етики вже застарів, він все ще має місце. Найчастіше така етика використовується в компаніях з давно відпрацьованими методами управління і ведення бізнесу і для них вона є найбільш ефективною.

Висококваліфікована корпоративна етика називається так не тому, що інші види етики не мають на увазі високої кваліфікації персоналу. Основний принцип такого виду корпоративної етики – підбір талановитих людей вищої ланки, які будуть впливати на співробітників нижчих ланок. Це характерно для компаній, де нормою є ризиковані операції, наприклад фінансові ігри на біржі.

Інноваційна корпоративна етика – це багато в чому антипод традиційної етики. В цьому випадку креативна ініціативність підтримується

серед простих співробітників. Певний ризик в компаніях з таким видом корпоративної етики завжди присутній.

Громадська корпоративна етика черпає свої сили з спільних зусиль, командної роботи і здорових довірчих відносин між співробітниками компанії. Часто такий вид корпоративної етики робить акцент на турботі про своїх співробітників. У цьому випадку компанія дотримується принципу, що працівникам потрібно платити трохи більше, ніж зазвичай, слід також заохочувати і винагороджувати людей за досягнення.

Якщо ви зумієте створити продуктивне робоче оточення, яке буде залучати та утримувати талановитих працівників, то це допоможе досягти вам максимального успіху в бізнесі. Ті працівники, які відчують, що їх цінують, будуть намагатися працювати краще. А негативна корпоративна етика може впливати на роботу з відвідувачами, так як вони можуть відчути розбіжності і нездорову конкуренцію серед співробітників компанії.

Дуже важливо знати, як створити позитивну корпоративну етику робочої атмосфери в готельно-ресторанному підприємстві. В першу чергу потрібно встановити конкретні цілі підприємства. Це допоможе вам правильно побудувати бізнес план. Це також дасть можливість співробітникам бути поінформованими про те, яку відповідальність вони несуть і яку роль відіграють у здійсненні готельно-ресторанного бізнесу. Дайте можливість своїм працівникам взяти участь в складанні бізнес-плану, вислухайте їх питання і пропозиції.

Потрібно наймати на роботу талановитих готельєрів і рестораторів, які володіють як компетентностями, так і здатністю працювати з людьми. Ніколи не покладайтеся повністю на бездоганне резюме. Необхідно навчити своїх менеджерів основним принципам комунікації зі співробітниками та відвідувачами готельно-ресторанного підприємства.

Необхідно створити в своєму підприємстві таку атмосферу, яка сприятиме креативності та навчанню. Дуже важливо навчити своїх співробітників думати креативно, так як це допоможе зменшити проблеми, що виникають в трудовому процесі, і знищить нудьгу, яка зазвичай призводить до формального підходу до роботи. Також потрібно намагатися, щоб працівники йшли в ногу з технічним прогресом. Можна ввести у підприємстві програму мотивації, щоб зацікавити своїх співробітників і, змусити їх зосередитися на роботі. Можна використовувати грошові бонуси і всілякі заохочувальні заходи. Ви також можете влаштовувати корпоративні пікніки і святкові вечірки. Необхідно встановити відкрите спілкування в своєму бізнес оточенні. Важливо влаштовувати постійні зустрічі, щоб обговорювати потреби і цілі підприємства. Дайте своїм працівникам вільно висловлюватися. Можна також встановити в офісі спеціальні ящики для пропозицій.

Для корпоративної етики має значення все – архітектура будівлі, кольору і дрес-код співробітників. Один з головних моментів корпоративної етики – це почуття команди. Співробітники повинні слідувати правилам та цілям компанії на всіх рівнях. Без цього успіх бізнесу просто неможливий.

Для залучення гостей корпоративна етика також має величезне значення. Якщо відвідувач входить до вашого підприємства готельного або ресторанного типу, де явно не вистачає сильної корпоративної етики, це може його відштовхнути від ведення справ з вами. Наприклад, якщо адміністратор підприємства сидить за стійкою в джинсах.

Корпоративна етика (образ і репутація готельно-ресторанного підприємства) – це система цінностей, яка регулює етичні відносини в даній організації. На відміну від універсальної корпоративна етика обумовлена особливостями діяльності та цілями даної організації, а також сформованими стереотипами поведінки в даній організації. Корпоративна етика є ключовим елементом, що об'єднує людей – учасників виробничого процесу на підприємстві – в єдиний соціальний організм (людська спільнота).

Під впливом корпоративної етики діяльність працівників організовується не стільки на основі намовлень або компромісів, скільки за рахунок внутрішньої узгодженості орієнтирів і прагнень співробітників. Організація, побудована на єдності світогляду і ціннісних установок її членів стає найбільш гармонійним і динамічною формою виробничого співтовариства.

В основу сучасної корпоративної етики, на думку більшості вчених, повинні бути покладені три найважливіші положення:

- створення матеріальних цінностей у всьому різноманітті форм розглядається як спочатку важливий процес;
- прибуток та інші доходи виробництва розглядаються як результат досягнення різних суспільно значущих цілей, пріоритет у вирішенні проблем, що виникають в діловому світі, повинен віддаватися інтересам міжособистісних відносин, а не виробництва послуги.

Виконання співробітниками організації норм і правил етики ділових відносин стає її «візитною карткою» і визначає в багатьох випадках той факт, чи захоче зовнішній партнер або споживач мати справу з цією організацією в подальшому, і наскільки успішно будуть будуватися їхні взаємини.

Використання норм і правил етики корпоративних відносин, сприймається оточуючими доброзичливо в будь-якому випадку, навіть якщо людина не має досить відпрацьованих компетентностей застосування правил етики. Ефект сприйняття посилюється багаторазово, якщо етична поведінка стає природним і нештучним.

Модуль 2.

Професійний етикет в сфері обслуговування

Тема 5 Професійний етикет в сфері обслуговування.

1 Фізіономічні прояви різних типів людської індивідуальності

Керувати своєю особою, виправляти певні її риси — це, в першу чергу, означає правильно вибрати найбільш значні та досконалі елементи громадського життя, виховуючи їх у своїй особі, наслідувати кращому,

достойному, красивому і створювати в собі силу, гармонію, такт, мужність, рівновагу, доброзичливість до людей, формувати у своєму характері мудрість, благородне ставлення до всіх людей, почуття турботи та любові до ближнього, швидко і вірно оцінювати обставини і вміти гнучко, легко виправляти свою думку, відношення до оточуючих і швидко переходити від минулого неточного і помилкового до нового, більш вірного і правильно.

Всі ці якості, без особливих труднощів досягаються в результаті самовиховання, а тим більше громадського виховання, і створюють досконалішу, соціально більш ємкісну і багату особу нашого чудового сучасника.

Необхідність глибше пізнавати людей привела Гіппократа, відомого лікаря стародавнього світу до розподілу типів людських індивідуальностей на чотири темпераменти:

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

Флегматик – спокійний, повільний, розмірений у діях, послідовний.

Холерик – нестримний, поривчастий, різкий у своїх проявах, характерні бурхливі реакції, стан підйому, гарячкості, часто на зміну якому приходять періоди спаду активності.

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

Ця систематика темпераментів заклала основи індивідуального підходу до людей.

Однак індивідуальність розкривається в багатьох сторонах розвитку людини.

Вже тілесні конструкції людей виявляються неоднаковими. Було показано, що всі особливості будови тіла можуть бути схематично систематизовані за 4 типами:

1. Дегестативним – з такими пропорціями тіла, які обумовлені переважаючим розвитком травних систем і органів.
2. Респіраторний – з переважаючим розвитком дихальної системи.
3. М'язовий – з переважаючим розвитком мускулатури тіла і систем, що забезпечують її гармонійне формування.
4. Церебральний – для якого особливо топічний демонстративний розвиток мозкової частини черепа і відповідно тонкість, а інколи ранимось психіки людини.

На даний час оцінка психічних проявів людей все ширше проводиться на основі не стільки тілесних, скільки психічних якостей людини.

На підставі вивчення норм поведінки людей сучасний етикет дозволяє більш впевнено надавати якісні послуги споживачам закладів готельно-ресторанного господарства.

Психологи визначають наступні норми поведінки споживачів готельно-ресторанних послуг.

Самовпевнені:

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

Таких споживачів персонал контактної зони, повинен зустрічати тепло і сердечно, але стримано. Необхідно обслужити їх швидко і добре, не нав'язуючи своєї думки. Не треба забувати виявити їм свою повагу і тактовно в'яснити їх враження щодо якості обслуговування.

Фізіономічно їм відповідають сангвініки та флегматики, люди з респіраторним та м'язовим типом розвитку тіла.

Нерішучі:

Це пряма протилежність попереднім. Переступаючи поріг зали, вони злякано оглядаються, готові сісти в самих глухих закутках зали, аби ніхто не звертав на них уваги. Вони дуже сором'язливі. Такі споживачі довго вивчають асортимент послуг і зрештою все одно звертаються за порадою до обслуговуючого персоналу. Це свідчить про їх невпевненість, що вони зробили правильний вибір. Таким гостям потрібно тактовно допомагати у виборі послуг, але не бути настирливими. Персонал повинен швидко і культурно надавати їм певні послуги.

За темпераментом це безумовно меланхоліки, а за будовою тіла часто можна бачити церебральний тип.

Комунікабельні (компанійські):

Такі люди, увійшовши в ресторан, вітаються першими, усміхаються офіціанту, ніби знайомі з ним давно. Їм властива фамільярність. Вони відразу починають розмовляти на теми, які не мають нічого спільного з роботою закладу, не розуміючи, що його чекають інші гості. У таких випадках персоналу слід спокійно перейти до ділової розмови. Якщо гість не зверне на це уваги тактовно пояснити, що в даний момент він зайнятий і відійти. Ні в якому випадку не проявляти почуття досади та неухважності, оскільки це тільки образить споживача.

Переважно це холерики, а за будовою тіла цьому характеру поведінки найбільше відповідає дегестативний та респіраторний тип.

Нервові:

Такі люди заходять у підприємство, не відповідаючи на привітання, бурчать собі під ніс, стукають нервово пальцями по столу. Якщо не звертати уваги на їх безцеремонність, вони починають робити різкі зауваження, що переважно призводить до скандалу. Персонал повинен, не звертаючи уваги на їх задирливу поведінку, швидко прийняти замовлення і виконати його, уникаючи розмов, обмежившись лише вкрай необхідними репліками.

Найчастіше це холерики, яким важко стримувати свої емоції, особливо коли це люди з дегестативним типом будови тіла, тобто товстуни.

Недовірливі:

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

варто ні заперечувати, ні давати поради, оскільки це може стати поштовхом для ще більшого недовір'я з їх сторони. Персонал повинен акуратно виконувати свої обов'язки.

Зазвичай це меланхоліки, але трапляються і холерики. Фізіономічно їм відповідають церебральний тип, але бувають серед них і інші типи.

Чванливі(зарозумілі):

Це найнеприємніші споживачі. Найкраще, якщо персонал безшумно та ввічливо виконає їх замовлення, не звертаючи уваги на їх поведінку. Діалог з такими споживачами краще звести до відповідей на задані питання. Даючи відповіді треба уникати професійної термінології.

Серед цих людей трапляються як холерики, так і флегматики. А забудовою тіла переважає м'язовий тип. Їх видатні фізичні дані часто є причиною зарозумілого та зневажливого ставлення до інших людей, в тому числі і до обслуговуючого персоналу.

Поважні гості:

Такі гості повинні відчувати від персоналу підкреслену повагу до їх рангу або становища в суспільстві, таких гостей дуже легко розпізнати за зовнішнім виглядом: дорогий вишуканий одяг, елегантні окуляри, впевнена хода. Дуже важливо, щоб таких гостей обслуговував постійний персонал контактної зони, до якого вони звиклі і ставляться з довірою. Персоналу слід запам'ятати або записувати імена таких гостей, в подальшому це сприятиме кращому обслуговуванню. Поважні гості, як правило, сподіваються на особливу увагу і підхід до них. До таких гостей, наприклад, можна час від часу виявляти особливі знаки уваги, послати їм листівку поздоровлення з святом або запрошення на презентацію нових послуг закладу.

Випадкові:

Це гості, які вперше відвідали підприємство. Персонал не повинен їм показувати, що вони менш важливі ніж постійні гості. Таким чином їх можна перетворити в постійних і знаних споживачів готельно-ресторанних послуг..

Ділові:

Така категорія споживачів повністю залежна від часу. Відвідування підприємства таких споживачів спонтанне і залежить від обставин їх роботи, а тому потребують певної уваги з боку персоналу. Такі гості дуже залежать від догідливого обслуговування тих, кого вони запросили. Часом ділові гості вечереють в кредит, його можна надавати, якщо замовник відомий.

Гості-інваліди:

Цій категорії гостей не потрібно демонструвати перебільшеного співчуття, їм необхідно запропонувати місце в зручному місті, особливо, якщо інвалід на візку. Якщо у гостя дефект мови, необхідно терпеливо вислухати його, та говорити з ним повільно.

Гості-одинаки:

Таких гостей ні в якому разі не потрібно підсаджувати до інших — незручно почуватимуть себе всі. Краще такому гостю запропонувати місце за двомісним столом, запропонувати газети або журнали.

Гості-дієтики

До них відносяться, в першу чергу, хворі на діабет. Якщо в меню відсутні страви придатні для них, необхідно гостя відразу попередити. Але найкраще, якщо офіціант орієнтується в дієтології і запропонує відповідні страви.

Іноземні гості

Для іноземців обслуговуючий персонал підприємства — представник своєї держави. Тому необхідно таким гостям виявляти особливу увагу і турботу. Дуже важливо, щоб персонал контактної зони володіли іноземними мовами, це піднімає престиж закладу і створює невимушену і доброзичливу атмосферу. Наявність меню на різних мовах є необхідним атрибутом високо розрядного ресторану.

2 Основні принципи у спілкуванні

У процесі обслуговування під час надання готельно-ресторанних послуг

споживачі і обслуговуючий персонал спілкуються і обмінюються інформацією яка можлива лише через знакові системи.

Залежно від знакових систем можна виділити етикет вербальної комунікації (знаковою системою є мова) і невербальної комунікації (використовуються немовні знакові системи).

Вербальні засоби етикету ділового спілкування.

Вербальна комунікація – це комунікація за допомогою усної і письмової мови.

Ефективність вербальної комунікації персоналу сфери гостинності залежить від рівня його культури мовлення.

Культура мовлення

Етикету ділового спілкування, проблемі культури мовлення необхідно приділяти значну увагу.

Мова працівника сфери гостинності, як і будь-якої людини повинна бути правильною. Мова обслуговуючого персоналу – особливо, тому що помилки у вимові і вживанні слів відволікають співрозмовника від суті ділової розмови, а іноді і призводять до непорозумінь.

Мова завжди повинна відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів. З цим пов'язане і вживання жаргонів чи сленгових виразів. Деякі з жаргонних слів дуже яскраві і точні, і якщо ужити їх у неформальній обстановці, до місця й у розмові зі співрозмовником, що напевне знає їхнє значення, то це цілком припустимо. Але переступивши поріг закладу готельного або ресторанного господарства, ділова людина повинна утриматися від уживання жаргонних слів.

Мова повинна бути зрозуміла споживачеві. Тому варто обережніше вживати професійні слова, за допомогою яких представники однієї професії розмежовують близькі поняття, що мають для неспеціалістів загальну назву. При цьому професійні слова відрізняються від офіційних наукових термінів.

Прекрасно, якщо керівник закладу може обговорювати зі своїми працівниками тонкощі виробничого процесу, використовуючи професійні

слова. Такі слова служать людям однієї професії для більш точного і лаконічного вираження думки. Але в спілкуванні зі споживачами вживання професійних слів небажане, оскільки для неспеціалістів вони не несуть інформаційної цінності.

У діловій розмові цілком можна обійтися без мудрованих наукових термінів. Не варто напружувати споживача, навіть якщо він добре освічений.

Усне мовлення, на відміну від письмового, повинно бути максимально простим і ясним..

Поширеною помилкою є повторення одних і тих самих слів, уживання штампів, , що збіднює мову, робить її одноманітною і нецікавою.

Існує також безліч мовних конструкцій, які допомагають у процесі прийому замовлення коротко, зрозуміло і чемно виразити те чи інше поняття, побажання, прохання, полегшують ведення процес спілкування з офіціантами. Ф. Кузін, автор ряду книг з етики і психології бізнесу, радить діловим людям мати у своєму розпорядженні набір готових і вже перевірених довголітньою практикою ділового спілкування стандартних кліше, за аналогією з якими можна було б сформулювати потрібну думку. Ці конструкції істотно полегшують положення того, хто говорить, дозволяючи не витрачати додаткових зусиль на пошуки потрібних формулювань.

Невербальні засоби спілкування та їх класифікація.

Невербальна комунікація – це комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність).

Спілкування як живий процес безпосередньої комунікації виявляє емоції тих, хто спілкується, утворюючи невербальний аспект обміну інформацією. Засоби невербальної комунікації як «мова почуттів» значно посилюють смисловий ефект вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її замінювати. У діловій розмові вони мають часом більше значення, ніж слова. Для менеджера сфери гостинності винятково важливо, з одного боку, уміти контролювати свої рухи і міміку, а з іншого боку – розуміти мову жестів і міміку споживача, правильно інтерпретувати їх. Неувага до невербальних засобів у діловому спілкуванні може дезорієнтувати співрозмовника, якщо неправильно сприймати його міміку, жести, поведінку у типових ситуаціях або необачно самому поводитися.

До невербальних засобів вчені відносять рухи тіла, жести (рухи рук, ніг), просторове поле між працівником сфери гостинності та замовником, вираз очей та неправильність погляду, вираз обличчя, акустичні засоби (пов'язані з мовою і непов'язані з нею), тактильні засоби (потиск рук,), посмішка, косметика, реакції шкіри (почервоніння, збліднення), запахи (парфуми, алкоголь), одяг та його колір, манери тощо.

Так невербальні засоби класифікують за спорідненими ознаками:

а) *праксодика* – невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізації (інтонація, гучність, тембр, тональність тощо);

б) *екстра лінгвістика* – вкраплення у голос (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи тощо).

Оптична:

а) *кінетика* – жести, міміка і пантоміміка, рухи тіла, контакт очима;

б) *проксеміка* – система організації простору і часу спілкування (відстань між мовцями, дистанція, вплив території, просторове розміщення співбесідників тощо);

в) *графеміка* – почерк, символіка, скорочення тощо;

г) *зовнішній вигляд* – фізіономіка, тип і розміри тіла, одяг, прикраси, зачіска, косметика тощо.

Тактильно-кінетична (таксика) – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, посмішка тощо.

Ольфакторна (запахи) – запах тіла, запах косметики.

Темпоральна (хронеміка) – час очікування початку спілкування, час проведений у спілкуванні, час, протягом якого триває повідомлення мовця, тощо.

Фахівці надають наступні рекомендації щодо оцінки та володіння засобами невербальної комунікації.

Найважливішою серед невербальних засобів спілкування вважається **кінетика**.

Кінетика є «мовою тіла» (будь-який рух тіла або його частин), за допомогою якої людина свідомо чи несвідомо передає зовнішньому світу своє емоційне послання.

Жести, поза споживача виражають внутрішній стан людини. Їх, як і інші компоненти невербального спілкування, не завжди можна інтерпретувати однозначно.

Проте, можна навчитися досить точно розпізнавати внутрішній стан споживача.

На думку психологів, вимовляючи що-небудь, людина, сама того не усвідомлюючи, робить певні рухи.

У цілому ж протягом бесіди рекомендується зустрічатися поглядом зі співрозмовником приблизно 2/3 усього часу спілкування (якщо менше 1/3 – навряд чи він буде довіряти вам). Якщо ви помітите, що співрозмовник під час бесіди дуже часто відводить погляд убік, у вас є всі підстави думати, що партнер або нервує, або нудьгує і хоче скоріше припинити малоцікаву для нього розмову.

Іншу важливу для ділового спілкування систему невербальних засобів становить **таксика** – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, посмішка тощо.

Рукостискання

Рукостискання – одна із найпоширеніших форм вітання. Ним традиційно починається і закінчується будь-яка ділова розмова. Рукостискання використовується не тільки при вітанні і прощанні, але й у випадку укладення угоди, констатації взаємної поваги і довіри. Від виду рукостискання значною мірою залежить результат ділової зустрічі.

Посмішка

Посмішка – знак дружніх почуттів, прихильності до партнера. Посміхнувшись один одному при зустрічі, співрозмовники тим самим знімають напруженість перших хвилин і створюють підґрунтя для більш упевненого і спокійного спілкування.

Однак вона може бути не тільки дружньою, але й іронічною, глузливою, презирливою, запобігливою тощо..

У посмішці звичайно відбивається психологічний і фізичний стан людини. Якщо вона відчуває себе добре, посміхається радісно, якщо вона відчуває себе погано, посмішка на її обличчі виглядає стражденно. Урівноважена і вдоволена людина посміхається спокійною, безтурботною посмішкою.

Ще однією важливою системою вербальних засобів є **акустична:**

праксодика – невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізації (інтонація, гучність, тембр, тональність тощо);

екстра лінгвістика – вкраплення у голос (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи тощо).

Ці засоби дають можливість краще передавати співрозмовнику потрібну думку.

Розглядаючи питання ділового спілкування ми не можемо обійти **систему організації простору і часу спілкування (проксеміку)**, яку ще називають «просторовою психологією».

Фахівці виділяють чотири просторових зони, яких людина свідомо чи несвідомо дотримується при спілкуванні:

Перша зона – інтимна (від 15 до 46 см). Цю зону людина найбільше оберігає. У ній можуть знаходитися, крім суб'єкта, лише найближчі йому люди.

Друга зона – особиста (від 46 до 120 см). У цій зоні люди звичайно розміщуються під час дружніх зустрічей, на вечірках.

Третя зона – соціальна (від 120 – до 360 см). Цієї відстані люди дотримуються під час міжособистісного спілкування з малознайомими людьми, зокрема, на роботі.

Четверта зона – громадська (понад 360 см). Відстань, на якій бажано знаходитись лектору, оратору.

Проксеміка також включає орієнтацію людей в просторі. Так психологами доведено, що у людини навіть підвищується серцебиття, якщо вона сидить спиною до відкритого простору. Тому правилами етикету в будь-якому приміщенні кращим є те місце, коли за спиною відвідувача знаходиться стіна, що створює у неї стан захищеності і комфорту.

Тема 7 Особливості етикету обслуговування в ресторанах.

1 Правила поведінки за столом

Етикет — це порядок проведення певної церемонії. Проте варто пам'ятати, що сучасний етикет це не тільки правила прийому їжі за столом, а й уміння виробляти приємне враження своїм зовнішнім виглядом на

оточуючих, манерою говорити і спілкуватися. Поведінка людини за столом — ціла наука. Всі норми і правила поведінки за столом вироблені багатьма поколіннями і в своїй основі мають, перш за все, здоровий сенс, а також правила гігієни, гуманне ставлення до людей тощо. По тому, як людина триматися за столом, як їсть, можна судити про його культурному рівні. Без дотримання правил поведінки за столом, без хороших манер важко домогтися успіху в суспільстві. І, оскільки прийоми — невід'ємна частина ділового життя, сучасні школи бізнесу, коледжі та інші навчальні заклади навчають майбутніх бізнесменів правильно поводитися за столом, проявляти ввічливість і люб'язність по відношенню до сусідів, є не тільки красиво, але і «безпечно» для оточуючих. Постараємося розглянути основні правила поведінки за столом

Не сідай за стіл, поки не сядуть пані або поки господар або господиня не запросять зайняти місце. Чоловік супроводжує жінку до столу, садить її праворуч від себе, після чого може сісти сам. Право на увагу та допомогу чоловіки належить жінці, що сидить праворуч від нього, але жінка, що сидить ліворуч, також не повинна залишатися поза його поля зору. Чоловік за столом повинен надавати однакові знаки уваги і знайомим жінкам, і жінкам, яким він не представлений, проте не забувайте, що даму, що сидить поруч з тобою, слід займати не залежно від того, представлений ти їй чи ні.

На виїзді не слід приступати до їжі, перш ніж страва не було запропоновано всім гостям. У першу чергу необхідно обслуговувати дам. Коли подають наступну страву, не обов'язково чекати, поки наповняться тарілки інших. Наливати вино сидить праворуч дамі слід лівою рукою, злегка повернувшись праворуч. Якщо відкрита нова пляшка, чоловік наливає трохи вина собі, потім дамі.

Не слід класти лікті на стіл (можна зачепити сусіда або його столовий прилад). На столі знаходяться тільки кисті рук, а лікті, по можливості, притиснуті до тіла. За столом слід сидіти прямо, не нахилиючись над тарілкою.

Якщо важко дотягнутися до якого предмета на столі, треба попросити його передати, а не вставати з місця і, нависаючи над столом, з ризиком занурити рукава піджака в чужі тарілки, діставати насилу до бажаної салатниці.

Коли їжа закінчена, виделку і ніж кладуть паралельно один одному на тарілку, в «без десяти чотири», тобто так, що якщо тарілку вважати круглим циферблатом, то виделка і ніж повинні показувати саме цей час. Не багато хто знає, що офіціант не повинен прибирати зі столу, поки всі не закінчать їсти. Якщо ж закінчили трапезу раніше, треба сидіти спокійно і продовжувати розмову. Ніколи не складайте тарілки одна на іншу і тим більше не відсувайте від себе — це проти правил. У час, що залишився, можна пити чай, каву, сік. Не слід класти чайну ложку в склянку, або чашку. Перемішавши чай або каву, треба покласти ложку на блюдо. Необхідно уникати дій, які будуть підганяти ваших супутників. Але якщо хтось їсть

повільніше всіх на діловому обіді, краще треба щоб гість не доїв, ніж змушувати всіх чекати.

Не можна робити ніяких зауважень щодо поданої страви, та критикувати те, що подається до столу. Не треба забувати піднятися з-за столу після того, як встали жінки. Необхідно залишатися стояти, поки вони не вийдуть з кімнати, і потім можна сісти знову, якщо споживач має намір залишитися за столом.

За столом прийнято вести бесіду, але за столом не прийнято говорити про справи, бесіда повинна носити загальний характер. Якщо число учасників прийому невелике, бесіда буває загальною для всіх, якщо число гостей більше 30-40 чоловік, розмовляють з тими хто сидить поруч. Про справи будуть розмовляти потім, коли закінчиться застілля, що триває зазвичай від 1,5 до 2 годин.

Загальноприйняті у світському етикеті обмеження на тематику застільних бесід діють і в діловому етикеті: не прийнято говорити про здоров'я — своєму або кого-небудь з присутніх, про заробітну плату і взагалі про доходи, а також про хвороби і нездужання, сімейні проблеми і негаразди, суперечки і конфлікти з керівництвом. Бажано уникати довгих монологів в розмові. Не слід запитувати співрозмовників про вік або їх посадовий статус. За столом ж слід зачіпати загальні теми — про погоду, про культуру і мистецтво, причому не рекомендується заглиблюватися в будь-які теми, так як це може призвести до суперечок і навіть конфліктів. При цьому не прийнято перемовлятися через голови сусідів: якщо дуже потрібно що-небудь сказати сусіду, що сидить через одну людину, треба це зробити, відхилившись тому, тобто за спиною безпосереднього сусіда, а не перед його обличчям. При розмові з одним сусідом не можна повертатися спиною до іншого сусіда.

Корисно не тільки говорити відповідно до правил етикету, а й уміти слухати, тобто не переривати співрозмовника, дивитися на нього з увагою та інтересом, давати йому висловити свою думку повністю, показати співрозмовнику (виразом обличчя, позою тощо), що тема розмови цікава.

Не можна повертатися спиною до іншого, якщо гість має намір поговорити з сусідом. Неможна розмовляти з іншим через сусіда. Не можна розмовляти з повним ротом. Не можна відкидатися і розвалюватися на стільці.

Згідно з етикетом столові прибори покладені в тому порядку, в якому подаються страви: суп, риба, м'ясо, десерт (у напрямку до їжі). Сівши за стіл, озирніться, зверніть увагу на те, як сервірований стіл. Посуду і приладів начебто багато, але кожен на своєму місці, у кожного своя роль. Прямо перед вами закусочна (або мілка столова, а на ній закусочна) тарілка. Зліва від неї – піріжкова тарілка або паперова серветка. Праворуч від тарілки – ножі і ложки, а ліворуч – виделки. Перед тарілкою розташовані десертні прибори.

Серветка завжди кладеться на коліна, найчастіше складеної навпіл. В цьому випадку слід промокати рот внутрішньою стороною від згину, таким чином, зовнішня сторона серветки залишається чистою, що захищає ваш одяг

і ховає не надто естетичні плями їжі від очей оточуючих. Якщо потрібно вийти з-за столу, то необхідно покласти серветку на стілець, а після повернення знову на коліна. Після закінчення трапези серветка кладеться на стіл, ліворуч від тарілки. Серветку слід просто акуратно покласти, використаної стороною всередину, не складаючи і не зминаючи. Використані паперові серветки кладуть в порожню тарілку. Ні в якому разі не можна використовувати серветку як носову хустку!

Столові прибори. Існують десятки їх різновидів, для деяких страв навіть свої окремі (для устриць, равликів, омара). Сьогодні досить рідко можна зустріти повний комплект ножів, виделок і ложок, розкладених навколо тарілки заздалегідь. Потрапивши в таку ситуацію, потрібно завжди починати з зовнішнього боку. Безпосередньо у тарілки лежать прибори для м'яса.

Ложка для супу завжди найбільша, а прибори для десерту кладуть зазвичай зверху над тарілкою. Ложку ніколи не наповнюють до країв, щоб не розплескати суп. Дути на гарячий суп теж не прийнято – може вийти не дуже милозвучно, а також є небезпека забризкати скатертину і того хто сидить поруч. Не можна нахилити тарілку з супом, щоб підібрати залишки? Це допускається (хоча і не всіма фахівцями), але нахилити тарілку потрібно завжди від себе.

Виделку для салату можна впізнати по потовщенню лівого зубця (але не обов'язково), виделка для риби завжди трохи менше м'ясної і розташовується перед нею, ніж для риби найчастіше має злегка зігнуте широке лезо без зубчиків. Багато ресторанів обмежуються двома ножами і двома виделками (крайня – для закуски, внутрішня – для основної страви). У дорогих ресторанах, як правило, офіціант виносить прибори безпосередньо до замовленої вами страви.

Під час їжі виделку необхідно тримати у лівій руці, ніж — у правій. Ніж під час їжі не треба підносити до рота, ним тільки нарізають страву. Після закінчення їжі ніж та виделку кладуть на тарілку ручками вправою. Так кладуть приладдя і в тому випадку, якщо ви не бажаєте страви, яку подають або розкладають офіціанти під час обслуговування.

Ніж завжди потрібно тримати в правій руці, це правило поширюється також і на лівшів. Підносячи виделку до рота (ні в якому разі не навпаки!), потрібно тримати її паралельно столу, те ж саме стосується ложки.

Взятий зі столу прибор більше на скатертину не повертається. По-перше, можуть залишитися плями на скатертині, по-друге, прилипнути порошинки і ворсинки, яким в роті немає місця.

Якщо ви робите невелику паузу, але ще не закінчили їсти, покладіть ніж і виделку на тарілку (але не в їжу) так, щоб їх кінці злегка перетиналися. Якщо ви закінчили їсти, то покладіть прилади на тарілку паралельно (вістря ножа направлено до виделки), це послужить сигналом офіціантові, що можна прибирати тарілку. У колах рестораторів по розташуванню виделки і ножа (під яким кутом вони лежать) можна навіть визначити, сподобалася їжа чи ні, але це вже зайві тонкощі.

Hanoi. Дуже часто на столі стоїть до 5 келихів на кожного. Лякатися не варто – офіціант повинен сам прибрати непотрібні і налити вино або воду в відповідний келих. Якщо споживач не впевнений у виборі вина, то абсолютно природно запитати офіціанта або сомельє, яке вино він порекомендує до вибраної вами страви. Келих з білим або рожевим вином потрібно тримати за ніжку, щоб воно не нагрілося від тепла руки. Перед тим як зробити ковток, треба промокнути рот серветкою, щоб на краї келиха не залишилося жирних слідів їжі або помади. Ні в якому разі не допускається запивати їжу. Ковток води або вина потрібно робити тільки тоді, коли споживач вже повністю прожував і проковтнув їжу. Єдиний виняток – допускається запити, якщо гість обп'єся гарячим. Якщо відбулася зміна напоїв, то попередній допивати з етикету не можна (наприклад, у вас залишився ще аперитив, а в келихи вже налили вино).

Розташування основних столових приборів залежить від меню.

Праворуч від великої мілкої тарілки кладеться великий столовий ніж. Ще правіше – рибний ніж, далі велика столова ложка, останнім – закусочний ніж. Усі ножі кладуться лезом до тарілки.

Ліворуч від великої мілкої тарілки повинна лежати велика виделка для других блюд, ще лівіше – рибна виделка, за нею закусочна. Усі виделки повинні лежати зубцями догори.

Відстань між приборами, а також між прибором і тарілкою повинна складати приблизно 0,5 см.

Ножі і виделки кладуть паралельно один одному і перпендикулярно до краю столу. Кінці всіх ручок знаходяться на такій самій відстані від краю столу, що і тарілки – 1,5–2 см.

Якщо перше блюдо буде подаватися не в глибокій тарілці, а в чашці, то ложка кладеться не велика, а середня.

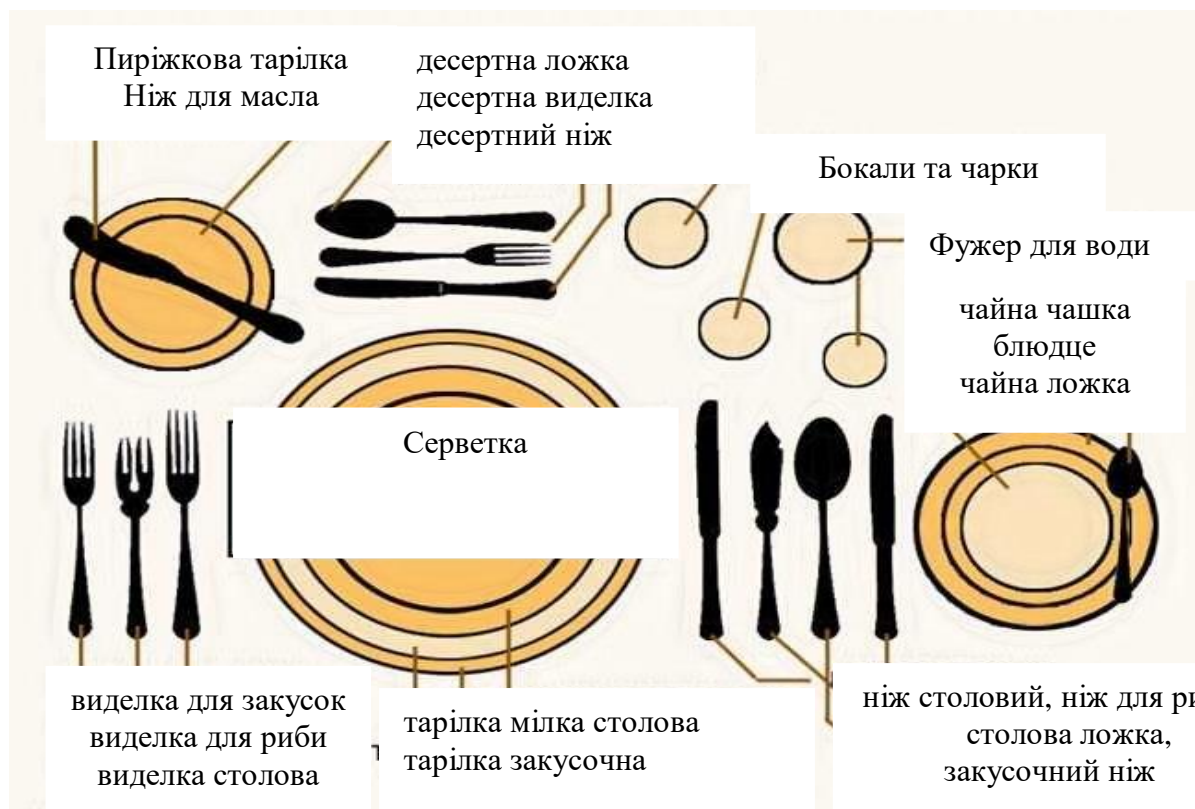
Десертний набір – маленькі ложка, вилка і ножі – кладуть перед великою мілкою тарілкою, паралельно до краю столу. Ближче усього до тарілки лежить ніж (ручкою вправо), далі – виделка (ручкою вліво), ще далі – ложка (ручкою вправо).

Кількість і найменування приборів залежать від меню. Якщо, наприклад, будуть подані тільки холодні закуски, то для сервірування використовують тільки середні ножі і виделки. Якщо ж у меню входить ще і друге гаряче блюдо з м'яса, то перед гостями повинні лежати великі столові ножі і виделки.

За таким же принципом стіл сервірують і десертними приборами. Якщо, скажімо, на десерт передбачається подати компот чи кисіль, то знадобляться десертні ложки, якщо ж лише кавун чи диню, то ложка не потрібна, і перед гостем повинні лежати тільки ніж і виделка.

Ніколи не слід класти одночасно більше трьох пар ножів і виделок. У разі потреби, коли подається блюдо, що вимагає ще одного прибору (наприклад, креветки), до нього додатково подають необхідні предмети сервіровки. Прибори зі спеціями (і закриті, і відкриті) ставляться в середній частині столу на спеціальних підставках чи на пиріжковій тарілці.

Якщо з напоїв передбачається подати тільки мінеральну чи фруктову воду і пиво, то відповідний фужер ставиться в центрі за тарілкою або правіше неї, на лінії перетину верхнього краю тарілки з кінцем першого ножа. Ці два способи називаються центровий і правобічний за розміщенням. Якщо подається ще горілка (коньяк) і шампанське, то фужер повинен стояти лівіше, а правіше ставиться посуд для міцних алкогольних напоїв.



Рисунк 4.1– Схема попередньої сервіровки столу

Гости, хліб, булочки, фрукти треба брати руками, а не виделкою. Якщо щось подають на тарелі, треба брати не вибираючи.

Дуже часто з правого боку ставлять спеціальну тарілочку, масло і ніж для хліба. Хліб в ресторані ніколи не відкушують, а відламують порційні шматочки, масло намазують на кожен шматочок і потім відправляють його в рот. Якщо вам подали намазаний бутерброд, то від нього відрізають ножом шматочок (без вилки), але їдять руками. Допускається збирати шматочком хліба соус, але не «вилизувати» тарілку.

Бутерброди необхідно їсти ножом та виделкою, відрізаючи по куснику.

Салати треба їсти виделкою. Якщо на тарілці залишилась рідина її не прийнято вимащувати хлібом. Натуральний редис та зелень беруть і їдять руками.

Гарячі закуски їдять з того посуду, в якому вони приготовані (кокотниці, кокільниці, одно порційні пательні).

Супи їдять, черпаючи ложкою від себе. Ложку треба підносити до рота, тримаючи її трохи навскіс. Не потрібно зачерпувати останню порцію супу. Закінчивши їсти суп, ложку залишають у тарілці.

Рибні гарячі страви з кістками треба їсти рибним ножом та виделкою. Кості беруть спочатку виделкою, а потім їх переносять на тарілку. Якщо немає рибного набору можна подати дві столові виделки.

М'ясні гарячі страви їдять столовим ножом та виделкою. Непотрібно нарізати на куски відразу всю порцію м'яса. Воно швидше остигне і буде несмачним. М'ясо починають різати в місці проколу виделкою. Слід бути обережним, коли нарізаєте завиванець або іншу м'ясну страву з начинкою.

Смажену курку їдять руками. У скляному салатнику окремо кожному гостю подають холодну переварену воду з лимоном або з пелюстками троянд для споліскування пальців. Салатник подають у полотняному конверті. Воду подають з лівої сторони.

Гарячі соуси призначені для основного продукту. Ними поливають м'ясо, а не гарнір. Холодні соуси також кладуть ложкою справа на тарілку.

Яйце на м'яко необхідно подавати у спеціальній підставці. Ножом треба зрізати шапочку, яку кладуть на ту ж підставку і їсти чайною ложкою.

Пельмені треба наколювати виделкою та їсти цілими, щоб не витікав сік.

Солодкі страви необхідно їсти десертною ложкою (в т. ч. морозиво).

Торти та пироги необхідно подавати на стіл нарізаними на порції. Розкладати лопаткою. Тістечка з бісквіту треба їсти десертною виделкою або спеціальною десертною виделкою для торта.

Пиріг їдять за допомогою виделки або ложки. М'які розсипчасті пироги з начинкою краще їсти виделкою, але в даному випадку це питання не стільки етикету і хороших манер, скільки спритності

Чай та каву не прийнято пити, тримаючи ложку в чашці. Її після розмішування цукру кладуть за чашкою на блюдце. Якщо цукор кусковий, потрібно трохи почекати на його розчинення, а вже потім без зусилля розмішати в чашці.

Яблука та груші необхідно розрізати на часточки десертним або фруктовим ножом, очищати від шкірки та серцевини і їсти руками або виделкою.

Персики та абрикоси треба розрізати ножом по колу, розламувати на дві частини і їсти руками.

Банани необхідно очищати від шкірки до половини, над'їдати, а потім очищати до кінця.

Апельсини. Необхідно нарізати шкіру по меридіану на 6—8 частин, і відділити. Потім розділити на часточки та їсти руками. Кісточки треба виймати чайною ложкою на тарілку.

Виноград треба розрізати на дрібні китиці і подавати у вазі як одне ціле. Кісточки необхідно виймати на чайну ложку і класти на тарілку.

Вишня, черешня. Кісточки треба виймати на чайну ложку і класти на тарілку.

Кавун або диню необхідно розрізати на сегменти (пів сегменти), на тарілці їсти виделкою та ножом, відрізаючи по куснику. Окремо треба подавати цукрову пудру.

Мандарини треба очищати руками від шкіри, ножем нарізати на часточки і їсти.

Ківі необхідно очищати від шкіри ножем, нарізати часточками і їсти виделкою та ножем.

Фрукти з компоту притримують на тарілці виделкою, розрізають і їдять ложкою. Персики та інші соковиті фрукти, попередньо очистивши, з'їдають за допомогою ножа і вилки, яблука, розділивши на частини, можна їсти руками.

Морозиво – ложкою, а морозиво з печивом або просто ложкою, або ложкою і виделкою.

Гірчицю та сіль треба брати спеціальними ложечками і класти їх на дно тарілки з правої сторони.

Під час їжі виделку необхідно тримати у лівій руці, ніж — у правій. Ніж під час їжі не треба підносити до рота, ним тільки нарізають страву. Після закінчення їжі ніж та виделку кладуть на тарілку ручками вправою. Так кладуть приладдя і в тому випадку, якщо ви не бажаєте страви, яку подають або розкладають офіціанти під час обслуговування.

Прибори кладуть на тарілку хрест навхрест – ніж вістря вліво, вилку опуклою частиною вгору – таким чином, щоб рукоятка ножа була розташована, як стрілка годинника, яка вказує на п'ять годин, а рукоятка виделки – на сім годин. Місце схрещування має припадати на зубці виделки і третину ножа.

Можна покласти виделку і ніж ручкою на стіл, а іншим кінцем на тарілку.

Після закінчення їжі обидва прилади кладуть на тарілку паралельно один одному, їх ручки «показують на п'ять годин».

2 Правила поведінки обслуговуючого персоналу

Найважливішим правилом для всіх працівників сфери обслуговування є ввічливе і заповідливе ставлення до гостя. Щоб гість почував себе «як вдома» потрібні зусилля всього колективу. Якщо така мета досягнута — це є найвища

оцінка праці, яку може заслужити обслуговуючий персонал. У залежності від пори дня персонал, зустрічаючи гостя, може побажати йому доброго ранку, доброго дня чи доброго вечора. Якщо гість нерішуче зупинився біля входу, обслуговуючий персонал зобов'язані запропонувати йому вільне місце за столом.

Посадивши гостя за стіл, досвідчений персонал не буде відразу звертатися до нього із запитаннями. Він покладе перед гостем меню або преїскурант і відійде в сторону. Якщо гість побажає отримати пораду або консультацію, офіціант має бути готовий швидко підійти.

У тих випадках, коли в залі немає вільних місць, бажано звернутися до гостя з проханням зачекати трохи, поки звільниться стіл. Відвідувач безумовно оцінить це як знак уваги і не буде проявляти зайвої нетерплячості.

З поняттям гостинності асоціюються запопадливість та уважність до гостя. Ввічливість — це більш широке поняття, яке складається з почуття такту, люб'язності та розторопності. Разом — це ті критерії, якими оцінюють позитивну працю обслуговуючого персоналу.

У спілкуванні з гостями офіціант повинен бути стриманим, тактовним, особливо в тих випадках, коли виникають непорозуміння. При цьому йому необхідно залишатися холонокровним, люб'язним та привітним. Нестриманість офіціанта може ще більше загострити ситуацію. Краще в конфліктних ситуаціях звернутися до метрдотеля. У процесі спілкування з гостями обслуговуючому персоналу слід використовувати множинні форми займенників (ми, у нас, нам) тощо. Не слід прислухатися до розмови гостей та нав'язувати свої послуги.

Розмовляючи з гостем персонал завжди повинен чітко і ясно висловлювати свої думки, правильно будувати фрази, уникати незакінчених слів (не ковтати закінчення слів). Вказувати шлях гостеві потрібно завжди рукою, а не кивком голови.

Якщо в офіціанта зайняті обидві руки, то на запитання йому слід відповісти описувано, наприклад: «Будь ласка, другі двері справа». Неввічливо і нетактовно втручатися в бесіду гостей. Це допустимо лише у випадках, якщо хтось попросить вас щось передати одному з гостей, а також у випадках, коли необхідно прийняти замовлення чи щось подати на стіл.

Спілкування офіціантів між собою та кухарами має бути шанобливим та тактовним. Грубим порушенням цього правила є голосна розмова, безцеремонний сміх або перепалка з грубощами. Обслуговуючому персоналу не слід вести тривалі переговори між собою в залі, адже це негативно позначається на процесі обслуговування. У той же час взаємодопомога та взаємовиручка вкрай необхідні, особливо, коли вони одні.

Обслуговуючий персонал обов'язково має знати основні правила етикету та хорошого тону. Це стосується перш за все привітань та представлень.

Загальноприйняті закони ввічливості вимагають, щоб при знайомстві між жінкою та чоловіком його ім'я називалось першим. Між старшою і молодшою людиною — ім'я останнього, між людьми, що займають різне службове становище — ім'я нижче стоячого. Коли ж знайомлять молодшу жінку з старшим чоловіком, першою представляють жінку, називаючи її ім'я.

При представленні або знайомстві всі присутні сторони, як правило, встають зі своїх місць (за винятком жінок, яких знайомлять з чоловіками, а також старші чоловіки, яких знайомлять з більш молодими жінками).

Якщо в процесі знайомства приймає участь офіціант, він люб'язно представляє одну сторону іншій, слідкуючи за вищевказаними правилами. Якщо хтось з присутніх представляє офіціанта, офіціант не повинен першим подавати руку. При цьому діє правило: першими подають руку жінка чоловікові, старший — молодшому і вище стоячий нижче стоячому.

У процесі реалізації продукції на підприємствах готельно-ресторанного господарства приймає участь споживач, а також послуга – об’єкт придбання-надавання. Перший завжди намагається задовольнити свої потреби на найвигідніших для себе умовах. Мета другого – надати послугу в найбільш сприятливих умовах праці, оплати і матеріального заохочення. Отже надання послуги в підприємстві сфери обслуговування спрямована на задоволення потреб споживача з одночасним забезпеченням економічного ефекту роботи підприємства готельно-ресторанного господарства.

У процесі реалізації послуги споживач і персонал ведуть діалог, де обидва учасники, як правило, не знають один одного. Їм необхідно встановити між собою контакт і при цьому вони вступають у загальнолюдські взаємовідносини. Ось чому персонал у так необхідні знання з основ етикету. Персонал контактної зони повинен вміти надати своєму діалогу такий напрямок, який допоможе йому визначити напрям думок, почуттів та бажань споживача. Тут вступають у силу і здійснює свій вплив етикет поведінки.

Часто, незадоволення споживача викликане не поганою якістю послуги, а нездатністю персоналу швидко і оперативно її надати.

Діалог між персоналом та споживачем ведеться, як правило, згідно етикету в такій послідовності:

- ✓ привертання уваги споживача до спектру послуг підприємства;
- ✓ збудження цікавості в споживачеві;
- ✓ підготовка рішення;
- ✓ завершення діалогу прийняттям відповідного рішення.

Питання до заліку

1. Що вивчає професійна етика?
2. Які етапи перетворення пройшла професійна етика?
3. Трудова діяльність якого професіоналу, не вміщується в рамках службових інструкцій і є творчою?
4. З якою метою необхідно познайомитися з професійною термінологією, яка застосовується в сфері обслуговування?
5. У сфері якого напрямку етики простежується безпосередній її зв'язок з життєвою практикою.
6. В якому столітті та у якій книзі вперше написано про класовий характер етики в сфері праці?
7. Які елементи включає економічна етика і на підставі яких умов суспільства ?
8. Які сторони прояву має культура спілкування?
9. Які ви знаєте найважливіший принцип культури античності. Що з цього принципу виклав Аристотель ?
10. Коли з'явився термін «етикет»?
11. Яку країну вважають батьківщиною етикету?
12. Для кого дуже важливо навчитися такого допоміжного прийому, як самоспостереження?
13. Охарактеризуйте етику сервісу.
14. Які аспекти досліджує психологія?
15. Від яких аспектів залежать психічні явища формування характеру людини?
16. Поняття комунікативної компетентності.
17. Типи споживачів послуг і взаємодія з ними.
18. Технологічний, економічний і естетичний аспекти культури сервісу
19. Розвиток комунікативної компетентності – необхідна
20. Які положення містить в собі професійна етика працівників сервісу.
21. Що ми називаємо стилем обслуговування споживачів.
22. Психологічний темперамент споживачів послуг.
23. Розкрийте сутність поняття «конфлікт».
24. Охарактеризуйте основні типи конфліктів.
25. Розкрийте сутність основних конфліктів у готельно-ресторанному господарстві.
26. Які причини зумовлюють конфліктні ситуації в готелях та ресторанах?
27. Розкрийте сутність дій менеджера під час управління конфліктом.
28. Охарактеризуйте основні методи усунення і запобігання конфліктам.
29. Які складові морального здоров'я колективу?

30. Що таке демократичне воле виявлення колективу?
31. Яка реальна умова розвитку підприємства?
32. Моральні цінності колективу.
33. Складові підприємницької етики.
34. Система управління персоналом.
35. Якими основними навичками повинен володіти менеджер ресторану?
36. Етапи протікання конфлікту за Мейсоном.
37. Методика вирішення конфлікту.
38. Що в перекладі з французької означає слово «етикет»?
39. Які вимоги щодо поведінки людини регламентує етикет?
40. Чим відзначається сучасний етикет?
41. Як поведуть себе самовпевнені відвідувачі?
42. Які типи людських індивідуальностей вам знайомі?
43. Норми поведінки споживачів готельно-ресторанних послуг?
44. Що таке проксеміка?
45. Характеристика вербальної комунікації
46. Яку увагу слід приділити гостям-інвалідам?
47. Культура мовлення під час обслуговування споживачів
48. Характеристика невербальної комунікації
49. За якими ознаками класифікують невербальні засоби спілкування?
50. Яі засоби спілкування забезпечує телефонний зв'язок?
51. Яких правил треба дотримуватися під час телефонної розмови?
52. Як закінчити телефонну розмову?
53. Етикет мобільного зв'язку
54. Правила спілкування в електронному просторі
55. Що означає бути «гостинним»?
56. Що таке міжнародний етикет?
57. Основні правила етикету за кордоном
58. Англійські традиції співбесіди
59. Які якості представників інших народів цінують у Франції?
60. Що є предметом культу у італійців?
61. Як проходить церемонія знайомства у іспанців?
62. Чим не можна користуватися під час їжи у Тайланді?
63. Які існують правила розсадки за столом у народів сходу?
64. Основні етапи прийому іноземних делегацій
65. Діловий протокол
66. Головний принцип одягу для ділової зустрічі.
67. Дипломатичний прийом
68. Види прийомів
69. Основне правило розсаджування гостей на прийомі
70. Деякі норми дипломатичного етикету.

Навчальне електронне видання
Комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

**ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕТИКЕТ
У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

**студентами спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»**

Укладачі:

Малюк Людмила Петрівна

Варипаєва Людмила Миронівна

Відповідальний за випуск завідувач кафедри готельного і ресторанного бізнесу О. Г. Терешкін

План 2018р., поз.181

Підписано до друку 21.12.18 р. Один електронний оптичний диск (CD-ROM); супровідна документація. Об'єм даних МБ .Тираж 10 прим.

Видавець і виготовник

Харківський державний університет харчування та торгівлі,

61051 Харків 51, вул. Клочківська, 333.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4417 від 10.10.12 р.