

3. Azcarate G. Neutralidad de la Universidad. *La Escuela Moderna*. 1903, mayo. № 146, año XIII. P. 321–337.

4. Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем. / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова. М. : Прогресс, 1990. 808 с.

5. Giner F. La Universidad Española. Madrid: Imp. Clasica Espanola, Cardinal Cisneros, 1916. 303 p.

6. Ясперс К. Идея университета / пер. с нем. Т. В. Тягуновой; под общ. ред. М. А. Гусаковского. Минск: БГУ, 2006. 159 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-80-8-1.53>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Іванова О. А.

заступник директора з навчальної роботи

Комерційний технікум

Дніпровського державного технічного університету

м. Кам'янське, Дніпропетровська область, Україна

Вдосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців сфери послуг з метою приведення її у відповідність до сучасних вимог є сьогодні актуальним питанням сучасної професійної освіти. Нові вимоги до професійної підготовки здобувача освіти у закладах фахової передвищої освіти (до рівня освіти, професіоналізму, ціннісних орієнтацій) зміщують акценти на формування професійно важливих якостей, серед яких особливе значення має сформована активна професійна позиція. Формування активної професійної позиції майбутнього фахівця, на нашу думку, сприятиме становленню особистості здобувача освіти як професіонала, значно полегшить його реалізацію у професійному середовищі.

Одним із шляхів вирішення зазначених завдань є визначення структурних компонентів активної професійної позиції фахівця сфери послуг.

На нашу думку, одним із елементів активної професійної позиції фахівця сфери послуг, є соціальний компонент. Зважаючи на те, що фахівці сфери послуг за змістом своїх професій пов'язані із забезпеченням комфорту населення, саме соціальна відповідальність має стати основою активної професійної поведінки.

Аналіз наукової літератури показує наявність таких підходів до визначення поняття «соціальна відповідальність»: ціннісний аспект бренд-менеджменту (М. Чорна); ідеологічна теорія (Л. Коваль, В. Мельник, М. Фрідман); компонент культури обслуговування (І. Гірняк, В. Сопіга).

Так, ідея соціальної відповідальності бізнесу зводиться до того, що суб'єкт господарювання, який використовує ресурси суспільства, повинен виконувати обов'язки щодо підвищення загального добробуту суспільства [3]. На нашу думку, для працівників сфери послуг це може виявлятися як у чіткому слідуванні правил корпоративної культури закладу, де вони працюють, так і у власній ініціативі зробити будь-що, що покращить життя, комфорт або хоча б настрої окремої людини. Слід зауважити, що соціальна діяльність великих організацій у науковому дискурсі отримала назву соціальної корпоративної відповідальності – концепції, що передбачає врахування потреб та інтересів суспільства суб'єктами бізнесу, які беруть на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на різні верстви суспільства, а також на навколишнє середовище [3]. При цьому наголошуємо на добровільності такої діяльності, яка в цілому виходить за рамки статутного обов'язку дотримання законодавства.

Крім того, соціальна відповідальність є етичною стороною сучасних бізнесів, а соціально відповідальному підприємству набагато простіше дістати лояльність клієнтів і отримати громадське визнання [2].

Зазначимо, що соціальна відповідальність пов'язується із рівнем культури та якістю обслуговування у сфері послуг. Згідно міжнародного стандарту ведення бізнесу, менеджмент якого орієнтований на корпоративну соціальну відповідальність (CSR – corporate social responsibility) [1], виділяємо принципи корпоративної соціальної відповідальності: виробництво якісної продукції та надання обслуговування, необхідного для суспільства; обов'язкове виконання законів щодо оподаткування, екології, умов та безпеки праці; раціональне ведення бізнесу, орієнтованого на створення додаткової економічної вартості та збільшення конкурентоспроможності в інтересах власників та суспільства; розбудова та підтримка прозорих та взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних угод і стандартів; використання енергоощадних технологій, забезпечення екологічності виробництва; створення робочих місць з гідним рівнем оплати праці та соціального забезпечення; сприяння гармонійному розвитку та підвищенню кваліфікації працівників [4]. Таким чином, соціально відповідальний працівник сфери послуг повинен мати сформовану систему цінностей щодо

усвідомлення міжнародних стандартів у ставленні до екології, прав клієнтів та працівників, безпеки праці, дотримання стандартів у наданні послуг.

Виокремимо складнощі, із якими можуть зіштовхуватись соціально відповідальні працівники:

- вдосконалення культури обслуговування, сприяючій задоволенню клієнта, і не зашкодження екології, суспільству;
- забезпечення споживача здоровим харчуванням і мінімізування неекологічних відходів виробництва;
- не завищування ціни на послуги додаткового пансіону і при цьому надавання правдивої інформації щодо особливостей виробництва (особливо важливим зазначене стає в умовах процесів інфляції);
- збереження балансу між вимогою законодавства дотримуватись квоти на працевлаштування людей із інвалідністю та ефективним розвитком бізнесу;
- запровадження програми лояльності для соціально вразливих груп населення (студенти, пенсіонери) та отримання прибутку [1].

Варто зазначити, що соціальна відповідальність працівників сфери послуг, крім підтримки міжнародних організацій, стає досить серйозним викликом для бізнесу у нашій країні, однак при цьому важливою визначаємо стратегічну мету українських бізнесів сфери послуг, яка ґрунтується на сформованості у менеджерів та працівників саме соціальної відповідальності – визнання на міжнародній арені.

Зауважимо, що для фахівця сфери послуг важливим є сформованість соціальної компетентності, що передбачає достатній рівень вміння будувати партнерські стосунки, здатність до кооперації, так і достатній рівень конформності для того, щоб не іти врозріз з вимогами суспільства [5, с. 45]. Адже фахівець сфери послуг, у якого сформована соціальна компетентність має бути з одної сторони принциповим (щоб відстоювати власну думку, протистояти небажаному впливу), а з іншого – толерантним (з метою пристосування та дії в постійно мінливих соціальних умовах). Все це зумовлює потребу формування оптимальної моделі поведінки для фахівця, який має виявляти ідеальну гнучкість щодо соціальної ситуації.

Підсумовуючи, зазначимо, що соціальний компонент в активній професійній поведінці працівника сфери послуг відображає його готовність дотримуватись міжнародних стандартів у діяльності, ініціювати нові форми соціально позитивної діяльності, знаходити та популяризувати екологічно та енергозберезувальні способи надання послуг. Вважаємо, що формування активної професійної позиції як

комплексу особистісних і професійних ресурсів, представлених в соціальному компоненті, що забезпечують можливість вирішення професійних завдань у майбутньому, повинно стати основою підготовки майбутніх фахівців сфери послуг.

Література:

1. Гірняк Л.І., Сопіга В.Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 21. Ч. 1. С. 50–54.
2. Дуглас В.П. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии. М.: Азбука, 2014. 320 с.
3. Коваль Л.П., Мельник В.В. Соціальна відповідальність бізнесу в контексті явищ у виробничій сфері. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 417–421. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/63.pdf
4. Поважний О.С., Орлова Н.С. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2014. № 1. С. 4–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2014_1_3
5. Шпичко І.О. Формування соціальної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійній підготовці: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Хмельницький, 2016. 289 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-80-8-1.54>

ЗНАЧУЩІСТЬ ОСВІТИ У ПІДГОТОВЦІ УСПІШНОЇ ЛЮДИНИ

Козьменко О. І.

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов та професійної комунікації

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
м. Северодонецьк, Луганська область, Україна*

Успіх відіграє вирішальну роль у житті кожної людини. Прагнення до самореалізації, здійснення мрій, задоволення власних соціальних, духовно-культурних та економічних потреб є притаманним кожній людині. Як відомо, успіх визначається як отримання максимального результату з мінімальними витратами енергії, часу й зусиль, при цьому цей результат має задовольняти внутрішні глибинні потреби людини й