

ВОСПРИЯТИЕ УНИФОРМЫ ПЕРСОНАЛОМ ОТЕЛЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The purpose of this article is to study the attitude of hotel employees to their uniform. Positive perception of the staff of the means of accommodation of their uniforms makes it an important element in the complex of measures for quality service and allows the uniform to perform the assigned functions.

Keywords: uniform, staff, organization, hotel, social functions.

Бурное развитие курортной отрасли и в целом индустрии гостеприимства в Краснодарском крае проявляется в открытии большого количества коллективных средств размещения. Изменения в индустрии гостеприимства происходят не только количественные, но и качественные. Средства размещения проходят сертификацию на звездность, стремятся повышать уровень качества обслуживания гостей. Одним из видимых показателей происходящих изменения стало повсеместное облачение работников средств размещения в униформу. Массовый процесс «униформизации» персонала российских отелей, происходящий в последние десятилетия, вызывает вопрос – в чем цель этого мероприятия? Ведь в советские времена униформу носили только сотрудники сети гостиниц «Интурист», ориентированных на обслуживание иностранных туристов. Можно предположить, по крайней мере, два ответа: 1 – заимствование мирового опыта; 2 – униформа является важным инструментом управления, выполняющим важные функции. Ранее было указано, что униформа персонала отеля выполняет ряд важных функций [Жаворонков Д.В., 2017]. На примере других отраслей некоторые функции униформы выделяли Н. Джозеф и Н. Алекс [Josef N. и др., 1972], а также Х. Адам [Adam H., 2012].

Условия труда и решения руководства воплощаются в конкретный уровень качества обслуживания гостя через отношение работника к этим условиям и решениям. Негативное отношение работника к мероприятиям руководства может свести к нулю предполагаемый положительный эффект усилий менеджеров. Целью

данной статьи является изучение отношения сотрудников гостиничных предприятий к своей униформе. Гипотеза состояла в том, что позитивное восприятие сотрудниками средств размещения своей униформы делает ее важным элементом в комплексе мероприятий по качественному обслуживанию и позволяет униформе выполнять возложенные функции, а негативное – сводит на нет все возлагаемые на униформу надежды владельцев и менеджеров предприятий.

Социологический дискурс предполагает критическое отношение к униформе, как к одному из формальных инструментов управления. Многие исследователи критически высказывались и о школьной униформе, и о военной, и о других ее видах [Банников К.Л., 2002]. Отмечалось неудобство формы, её неприспособленность к климату и к выполнению работы, её деиндивидуализирующий и сегрегационный характер.

Однако материалы проведенных глубинных интервью показали, что сотрудники гостиничных предприятий однозначно позитивно воспринимают свою униформу. Прежде всего, для них форма – показатель статуса отеля и их должности.

«Чтобы девушки выглядели прилично... Когда гости приезжают, нужно, чтобы все [сотрудники] выглядели одинаково, чтобы они соответствовали стандартам гостиницы. Имидж отеля поддерживала униформа» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

«Гости должны видеть, что предприятие в состоянии обеспечить своих сотрудников приличной формой... Сотрудники воспринимают униформу как очень удобный атрибут» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

Форма также эффективно реализует свою эстетическую функцию. Все респонденты назвали свою униформу красивой. Утилитарная функция униформы не является такой эффективной. Каждый респондент отмечал, что какой-то предмет его униформы неудобен – галстук, юбка, блузка из синтетической ткани.

Ответы респондентов позволяют выделить еще одну функцию униформы, которую можно назвать *компенсационной*. Работникам гостиничных предприятий нравится, что наличие униформы избавляет их от ежедневных трудных размышлений на тему «что одеть», что не надо на работе изнашивать свою личную одежду. Работники готовы мириться с невысокой зарплатой, поскольку

воспринимают униформу как еще один вид материальной компенсации (вознаграждения).

«Во-первых, чтобы не использовать свою одежду. Не нужно тратить на свою одежду, так как она изнашивается» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

«Во-первых, не нужно задумываться, что одеть на работу... Не отвлекает, что кто-то в новой блузке, в новой юбке. Все одинаковы... Это очень удобно. У тебя всегда есть что одеть, всегда чистая поглаженная форма» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

Постоянно встречающиеся в разных интервью обороты «все одинаковы» показывают, что работники индустрии гостеприимства положительно воспринимают функцию подавления индивидуальности, которую выделили Н. Джозеф и Н. Алекс [Josef N. и др., 1972]. Скорее всего, индивид воспринимает свое место работы прежде всего как место заработка, где демонстрацию своей индивидуальности лучше отложить.

Еще одна социальная функция униформы, выделенная Джозефом и Алексом – фиксация статусов. В гостиничных предприятиях эта функция выполняется формой четко и однозначно, и сотрудники отлично это видят. Как и в большинстве других организаций, руководство не носит униформу, а ходит в деловых костюмах, а в субботу и воскресенье позволяет себе приходить на предприятие в джинсах. К такому неравноправию и яркой сегрегации рядовые работники относятся удивительно индифферентно.

«Сотрудники спокойно относятся, что руководство отеля не носит униформу. Это всё-таки сотрудники, а это – руководство. Я ни разу не слышала, чтобы девушки на работе возмущались по поводу того, что руководство не носит форму. И у меня никогда не было вопросов по этому поводу» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

«Над этим вопросом мы не задумывались... ну... вполне спокойно» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

«Безразлично. Все равно. Он же директор. Пусть как хочет, так и ходит. Никто бы не рискнул подойти к директору и спросить – а почему ты одет не как мы» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

«Руководство отеля – они, естественно, носят свои дорогостоящие костюмы... Сотрудники, в принципе, положительно к этому относятся, так как руководство контактирует с акционерами, с VIP-гостями. Такие дорогостоящие костюмы они на всех сотрудников не купят» (жен., 25 л., стаж 6 л., г. Геленджик).

Здесь происходит разрушение устойчиво циркулирующего мифа о том, что якобы русскому народу присуще имманентное, преувеличенное стремление к равенству, которым объясняется, в том числе и революция столетней давности. Ответы респондентов ясно показывают, что они воспринимают как должное социальную иерархию, неравенство в статусах, доходах, правах и внешнем виде.

Униформа в гостиничном предприятии также выполняет дисциплинирующую и ролевую функции. Униформа вносит существенный вклад в формирование у работника репутации, а в глазах клиента – доверие и авторитет организации [Харди С. и др., 2016]. Униформа персонала является обязательным атрибутом определенного статуса гостиничного предприятия. Сегодня только гостевые дома и отели категории «без звезд» и «одна звезда» позволяют своему персоналу работать без униформы. Для средств размещения «три звезды» и выше униформа персонала является обязательной. Как отмечали респонденты,

«Гостям, наверное приятно каждый день видеть на ресепшн администраторов, которые всегда хорошо выглядят, всегда одинаковы и всегда можно отличить, что вот эта девушка – администратор, к которой всегда можно подойти, спросить что-то, уточнить» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

В средствах размещения более низкого уровня, как предполагают респонденты, гости, платящие за номер низкую цену, не склонны придавать значение внешнему виду работников.

«Где выше классом гостиница, там запросы у гостей, конечно выше. А в гостинице ниже уровня, там и люди немного другие и, мне кажется, они не обращают особо на это [на внешний вид администратора] внимание».

«Если ты работаешь в гостинице, ты должен выглядеть более интеллигентно, чем обычные люди с улицы. Я думаю, гостю приятнее, когда его обслуживает человек в пиджаке и галстук» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

При этом то, что для гостей отелей имеет значение внешний вид работников – это предположение респондентов. На вопрос «обращали ли внимание гости на внешний вид работника» все респонденты дали однозначно отрицательный ответ.

Таким образом, сотрудники гостиничных предприятий воспринимают свою униформу как важный элемент организации и своей трудовой деятельности. По их мнению, униформа – важный

фактор обеспечения высокого качества обслуживания гостя. Это является показателем успешной инкорпорированности сотрудников, а униформа является инструментом и показателем этой инкорпорированности.

Список использованных источников

1. *Банников К.Л.* Антропология экстремальных групп. М., 2002.
2. *Жаворонков Д.В.* Функции униформы в гостиничном предприятии / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2017.
3. *Харди С.* Одетые, чтобы исцелять: меняющаяся семиотика хирургического костюма / С. Харди, Э. Коронес // Теория моды. 2016–2017. №42.
4. Adam H. Encloted cognition // Journal of Experimental Social Psychology. 2012. Vol. 48(4).
5. Josef N. The Uniform: A Sociological Perspective / N. Josef, N. Alex / American Journal of Sociology. Jan. 1972. №4.