

УДК 338.1.16

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ РИТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

I. Руда

*Львівський національний університет імені Івана Франка
79008, м. Львів, проспект Свободи, 18*

Стаття присвячена опису підготовки та перепідготовки працівників ритуальних організацій. Обґрунтовано доцільність врахуванням необхідних знань в області соціально-психологічних основ обслуговування клієнта ритуальної організації.

Ключові слова: організаційна культура, ритуальна сфера, мотивація.

В сучасних умовах особливу увагу приділяється конкретизації загальноорганізаційних поведінкових стандартів як найважливішої складової ефективної діяльності організацій ритуальної сфери.

Організаційна культура визначається як комплекс цінностей і переконань, які детермінують норми поведінки співробітників і характер життєдіяльності організації. Подібна поведінка працівників формується в рамках «організаційної культури» як основи для об'єднання і координації зусиль персоналу організації.

Вплив організаційної культури на діяльність ритуального підприємства проявляється в наступних формах [4]:

- ідентифікація співробітниками власних професійних цілей з цілями підприємства через прийняття її норм і цінностей;
- реалізація норм та прагнення персоналу ритуального підприємства до досягнення цілей високої культури обслуговування клієнтів;
- формування стратегії розвитку ритуального підприємства;
- єдність процесу реалізації стратегії і еволюції організаційної культури ритуального підприємства під впливом вимог зовнішнього середовища.

Складні економічні умови і гостра конкурентна боротьба між організаціями сфери ритуальних послуг ставлять перед керівникам нові вимоги у здійсненні кадрової політики. Ці вимоги полягають в умінні організувати, згуртувати, мобілізувати і надихнути колектив на ефективну роботу.

Формування сприятливої соціально-психологічної обстановки ритуального підприємства полягає в організації та управлінні взаємопов'язаними мотиваційними блоками (див. рис. 1) [1]:

- заохочувальна система (система винагород як матеріального так і нематеріального характеру);
- організація процесу;
- створення сприятливих умов роботи.

Цей мотиваційний механізм складає основу сучасного підходу до організаційної культури підприємства ритуальної сфери послуг.

Професійна роль будь-якого співробітника ритуального підприємства пов'язана з виконанням ним етичних норм, правил поведінки та взаємовідносин із зовнішнім

оточенням (колегами, підлеглими, клієнтами, партнерами). Дотримання етики ділових відносин є головним критерієм оцінки професіоналізму, як окремого співробітника, так і організації загалом.

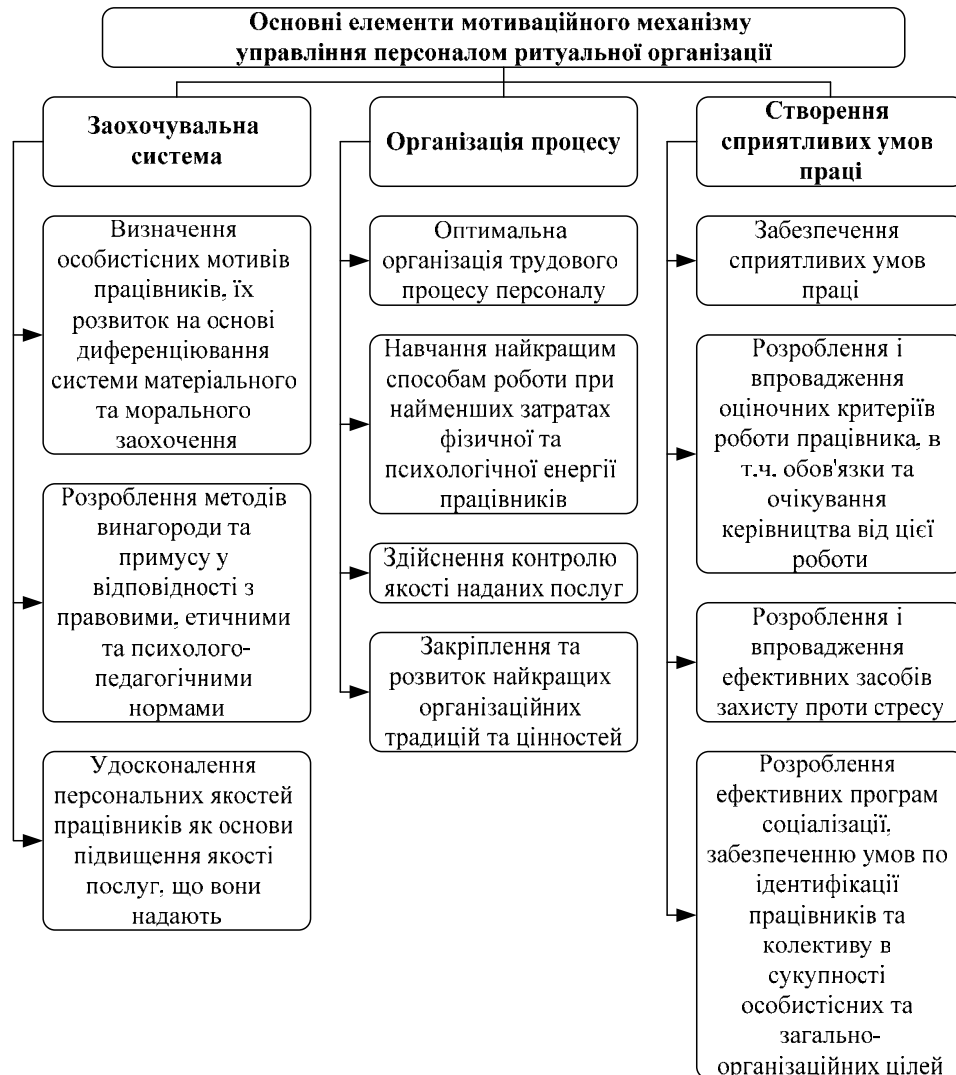


Рис.1. Основні елементи мотиваційного механізму управління персоналом ритуальної організації

Етичні вимоги знаходять відображення в правилах внутрішнього трудового розпорядку та посадових інструкціях. Процедура розробки етичних вимог, безумовно, представляє певні труднощі, але набагато складніше процес досягнення однакового розуміння та тлумачення норм поведінки, їх корисності та необхідності у підвищенні рівня організаційної культури.

Конкретизація норм і правил поведінки персоналу ритуального підприємства диктується необхідністю зміни ставлення людини до об'єкта праці.

Професійний обов'язок працівника ритуальної сфери повинен полягати в тому, щоб відповідати вимогам належного ставлення до роботи, а саме: працівник повинен поважати і розуміти потреби клієнта, знати свою роботу і вчитися працювати, постійно підвищуючи свою кваліфікацію, поважати себе і свою справу.

Управління кадрами ритуальних підприємств – це частина менеджменту, що пов'язана з трудовими ресурсами ритуального підприємства та їх відносинами. Це управління має свої особливості, пов'язані зі специфікою діяльності та наданих послугах, які повинні бути враховані у щоденній праці керівника і застосовуваних ним методи управління кадрами.

В основі організації процесу управління кадрами ритуального підприємства лежить розробка і реалізація кадрової політики, що включає в себе 6 взаємопов'язаних елементів (див. рис. 2) [5].

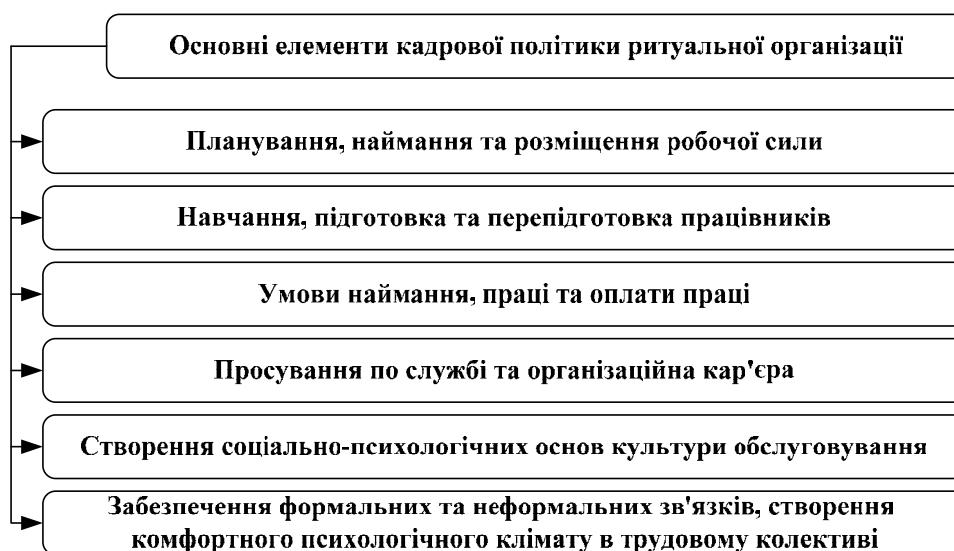


Рис. 2. Основні елементи кадрової політики ритуальної організації

Основною метою ритуальних підприємств в галузі трудових ресурсів є підбір і навчання персоналу відповідно до вимог, що висуваються специфічними умовами їх діяльності.

Для досягнення поставленої мети при наймі робочої сили слід вирішувати наступні завдання [2]:

- визначити необхідну чисельність працюючих;
- забезпечити своєчасну заміну тим, хто звільняється;
- визначити необхідні критерії та вимоги до претендентів;
- виявити психологічну придатність обраній спеціальності.

Управління персоналом, що працює у сфері ритуальних послуг, відбувається на основі спільних цінностей та норм, при цьому відсутні загальноприйняті нормативи, крім загальнолюдських норм і вимог. Так, робота персоналу повинна будуватися під

девiзом «Пам'ятайте, що Підприємство iснує для Клієнта, а не Клієнт – для Підприємства. Навiть у випадку замовлення найпростiших ритуальних послуг ми володiємо всiм необхідним для забезпечення гiдних i поважних похорон» [3].

Агент ритуальної служби приходиться в будинок клієнта в найважчий для нього момент, коли в будинку бiда, померла близька людина. Він вступає в коло турбот, пов'язаних з проведенням похорону померлого. Для бiльшості клієнтів ці турботи незвичні або зовсім невідомі. Вони розгублені, погано уявляють з чого почати. У цей момент людина, як ніколи, потребує порад і допомоги. Цю мiсію може взяти на себе працівник ритуальної служби. Важливо, щоб обслуговування клієнта проходило швидко. Працівник ритуальної служби повинен дати зрозуміти клієнтові, що він – саме та людина, яка йому зараз потрібна і може надати всю необхідну допомогу.

Особливiсть емоційного стану клієнта визначає необхідність терплячого ставлення до нього з боку ритуальної служби, працівник якої повинен бути готовий повторити всю інформацію в черговий раз як ніби в перший. Увага клієнта розсіяна, тому не слід вимагати від нього негайного ухвалення рішення. Треба вміти дохідливо й спокійно не тільки дати йому всю необхідну інформацію, а й підказати оптимальний варіант.

Слід проявляти співчуття до людського горя, вміти бути привітним без посмішки на обличчi.

У стані скорботи людина може дуже болісно реагувати на сторонні розмови та справи, які ведуть в його присутності працівники ритуальної служби, тому вони повинні намагатися уникати ситуацій, коли клієнт може бачити або чути, що вони займаються справами, не пов'язаними з роботою з відвідувачами. Не слід вести телефонних розмов особистого характеру і з колегами у присутності клієнта.

Особливi уваги заслуговує одяг і манера одягатися персоналу ритуальних підприємств. Традиційно в Україні траурний колір – чорний. Клієнт, як правило, приходиться на підприємство в жалобі. Агент ритуальної служби повинен відповідати його настрою – уникати надягати яскраві речі і бiжутерію, які можуть своєю яскравістю дратувати відвідувача, носити суворий, акуратний і чистий одяг і взуття. Для обслуговуючого персоналу можливо бiльш доречна формений одяг.

Агент повинен дати рекомендації з приводу одягу для небiжчика, траурного оздоблення кімнати, тканини, якою завішують дзеркала і картини.

Культура мови складає основу культури службового поведіння з клієнтами ритуального підприємства. Знання норм мови, вміння тактовно користуватися інтонацією, жестом, мiмікою в мовному обiгу – необхідна умова сприятливого морально-етичного клімату в колективі ритуального підприємства.

Розмова про справу повинен починатися з вираження співчуття. Працівник повинен бути гранично ввічливим з клієнтом у всьому і завжди. У ході спілкування з клієнтом, він повинен вміти вислухати його, не перебиваючи.

При сильній емоційній пригніченості клієнта працівник повинен вміти надати йому психологічну підтримку: співчуваючим виразом обличчя, особливо уважним поглядом, втішними фразами і заспокоїливими жестами.

Мова агента повинна будуватися таким чином, щоб клієнт зрозумів те, що йому говорять. Це може бути досягнуто зміною гучності і тембру голосу при роботі з клієнтами, зниженням або підвищенням його, без тiні роздратування і невдоволення. Говорити слід чітко і ясно, в дещо сповільненому темпі.

Працівники похоронної служби, пройшовши підготовку, детально обiзнаний про порядок проведення похорону, їх традиції, звичаї та обряди, про роботу кладовищ,

крематоріїв, моргів та особливості перевезення туди померлих, про необхідні для поховання приладдя, про доставку їх додому або в морг, про надання катафального транспорту для перепровадження тіла померлого та супроводжуючих учасників похорону, а також про безліч інших справ, що стосуються організації похорону.

У стресовій ситуації клієнт може забути або переплутати частину інформації, тому доцільно записувати всю важливу інформацію для нього в «Пам'ятці для клієнта».

Працівнику ритуальної служби слід обов'язково попрощатися з клієнтом, проводжаючи його до дверей (бодай поглядом), надаючи індивідуальні знаки уваги клієнта, враховуючи його вік і стан (подати руку, допомогти встати, відкрити двері) і говорити йому: «Прощайте. Прийміть наші співчуття ще раз».

При зверненні до клієнта з проханням використувати слово «будь ласка». Ввічливу відмову передбачає використання стандартних фраз: «На жаль, це не передбачено нашими правилами», «На жаль, у нас немає такої інформації», «Я б вам порадив (ла) інше» тощо [3].

Робота з різними категоріями клієнтів, вимагає постійного підвищення рівня знань про національну культуру, традиції та релігійні обряди поховання та просвітництва клієнта, тобто працівники ритуальної служби зобов'язані знати основні традиції поховань різних народів і віросповідань.

У ході обговорення питань організації похорону слід підкреслювати достоїнства і переваги обслуговування клієнта саме даним підприємством. Успішне просування послуг ритуального підприємства – запорука ефективного функціонування.

Індивідуальний підхід слід застосовувати до обслуговування кожного клієнта організації ритуальної сфери, активно (але не нав'язливо) допомагаючи клієнту обрати необхідний товар (послугу), уважно відстежуючи наскільки зручно відвідувачу при обслуговуванні.

Рівень організаційної культури безпосередньо відображає поведінковий кодекс, так як в ньому містяться правила і норми поведінки, засновані на принципах загальнолюдської моралі, ритуали і традиції ділової поведінки в різних ситуаціях міжособистісного спілкування. Щоб ці принципи працювали, мало їх розробити і зафіксувати в організаційних документах, вони повинні, перш за все, бути доведені до свідомості кожного співробітника.

Кожне ритуальне підприємство повинно мати чітко вироблену політику з навчання, підготовки та перепідготовки кадрів, до складу заходів якої входять регулярні підвищення кваліфікації кожним працівником.

Специфіка їх діяльності визначає основний спектр дисциплін, які слід вносити в навчальний план при підготовці та перепідготовці працівників похоронних організацій.

Було виявлено 4 групи спеціальних дисциплін (курсів), які найбільш необхідні в програмі підвищення кваліфікації (див. табл.1).

Отже, рівень організаційної культури ритуального підприємства безпосередньо відображає поведінковий кодекс його роботи і заснований на принципах загальнолюдської моралі. У даній системі запропонованих відносин, побудованих із врахуванням соціально-психологічних особливостей ритуальних послуг, людина, що працює в цій сфері, розглядається не як функціонер, а як особистість у широкому сенсі слова.

Таблиця 1

**Дисципліни спеціалізації при підвищенні кваліфікації працівників
сфери ритуальних послуг**

№ п/п	Назва курсу дисципліни	Курс
1	Історія, релігія, екологія	1. Історія похоронної справи 2. Основи релігійних ритуальних обрядів 3. Основи екології похоронної справи
2	Психологія	1. Основи загальної психології 2. Етичні та психологічні умови роботи з клієнтом
3	Правознавство	1. Правові основи діяльності підприємств ритуальної сфери 2. Ліцензування діяльності похоронних організацій
4	Економіка, менеджмент	1. Організація діяльності підприємств похоронних служб 2. Менеджмент похоронних організацій 3. Маркетинг ринку похоронних послуг 4. Бізнес-планування 5. Бухгалтерський облік та особливості оподаткування похоронних організацій

В даний час оцінка даного параметра в характеристиці ритуального підприємства є одним з основних з аналізу його конкурентоспроможності.

1. Виноградський, М. Д. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова; – 2-ге видання : – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
3. Евростандарт № 15017 (ознакомительная версия перевода) – Режим доступу : <http://www.anubis.com.ua/?module=articles&id=4> – Назва з екрану. – (Всеукраїнська асоціація працівників похоронних організацій).
4. Роль організаційної культури в діяльності підприємств торгівлі – Режим доступу : <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=267> – Назва з екрану. – (Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток»).
5. Управління персоналом – Режим доступу : http://www.vuzlib.org/mzed_k/3.htm – Назва з екрану. – (Економіко-правова бібліотека).

ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF RITUAL COMPANIES

I. Ruda

*Ivan Franko National University of Lviv
Freedom Avenue, 18. UA-79008 Lviv, Ukraine*

The article describes the training and retraining of ritual organizations. The appropriateness of accounting knowledge required socio-psychological foundations of customer service of ritual organizations.

Keywords: organizational culture, ritual sphere, motivation.

**АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ РИТУАЛЬНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

И. Руда

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко
79008, г. Львов, проспект Свободы, 18*

Статья посвящена описанию подготовки и переподготовки работников ритуальных организаций. Обоснована целесообразность учета необходимых знаний в области социально-психологических основ обслуживания клиента ритуальной организации.

Ключевые слова: организационная культура, ритуальная сфера, мотивация.