

УДК 331.101

А.М. Пестрикова

A.M. Pestrikova

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Perm National Research Polytechnic University

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ УСЛУГ

FEATURES OF PROFESSIONAL IDENTITY OF SERVICE WORKERS

Рассмотрена категория профессиональной идентичности, раскрыто содержание термина «сфера услуг», обозначены виды деятельности, относящиеся к этой сфере. Указано на ключевую роль сферы услуг в современной экономике. Выделены важные черты, присущие работникам сферы услуг, показана специфика этой деятельности в формировании профессиональной идентичности.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, сфера услуг, профессионализм, классификация услуг, характеристики услуг, требования к работникам сферы услуг.

The category of professional identity has been examined; the contents of the term "service sphere" has been disclosed; activities related to this field have been indicated. The key role of services in the modern economy have been specified. The important features inherent service workers have been highlighted; the specifics of this activity in the formation of professional identity have been showed.

Keywords: professional identity, service, professionalism, service classification, characteristics of services, requirements for service workers.

Профессиональная идентичность выступает своеобразным показателем профессионализма, критерием включения в профессию и в целом является важнейшим связующим звеном трудовых отношений в социуме. В профессиональной идентичности выражается взаимосвязь личностных характеристик, обеспечивающих ориентацию в мире профессий, позволяющих более полно реализовывать личностный потенциал в профессиональной деятельности [1]. Под профессиональной идентичностью понимается результат процессов профессионального самоопределения, персонализации и самоорганизации, проявляющийся в осознании себя представителем определенной профессии и профессионального сообщества, определенная степень отождествления (дифференциации) себя с делом и «другими» [2].

Изучение профессиональной идентичности происходит в контексте профессии, профессионального сообщества. Здесь выявляются существенные проблемы в исследованиях: в отечественной социологии сложилась традиция изучения отдельных профессиональных групп, среди которых особое внимание уделялось рабочим, учителям, инженерам, ученым [3], а профессии сферы услуг в социологических исследованиях практически не затрагивались. Такая ситуация говорит о существенном противоречии между расширением сферы услуг, ее возрастающим значением, и тем, что ей как сфере профессиональной деятельности в социологии уделяется недостаточно внимания.

Закономерностью развития современного социума является превращение сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства. Возрастает роль услуг в удовлетворении материальных и духовных потребностей людей, в рациональном использовании свободного времени, в самоутверждении и самореализации личности [4]. Ключевыми словами экономических отношений нового столетия являются «отношения» и «обслуживание» [5].

Сфера услуг как объект научного исследования представлена в большей мере в экономических науках, менеджменте, управлении, маркетинге, а для социологии является относительно новым объектом исследования: развитие сферы услуг только становится социологической проблемой. Относительная новизна услуг как предмета анализа затрудняет точное определение объекта анализа, а специфический характер услуг порождает проблемы по оценке достоверности информации, касающейся данной сферы [6]. Анализ экономической литературы показывает, что для обозначения сферы услуг используются различные терминологические определения, в частности «сервисное обслуживание», «социальная сфера», «нематериальное производство», «духовное производство», что говорит о сложности и многосторонности сферы услуг и о неоднозначности подхода к этой категории [5].

Мы считаем необходимым и актуальным раскрыть содержание термина «сфера услуг», определить, какую профессиональную деятельность относить к этой сфере, ответить на вопросы об общих чертах, присущих работникам сферы услуг, о специфике этой деятельности в формировании профессиональной идентичности.

Под сферой услуг понимается совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения [7]. Услуга – это результат трудовой деятельности, являющийся полезным эффектом, удовлетворяющим какие-либо потребности человека; это продукт труда, благо, предоставляемое не в материальной форме, а в форме деятельности, т.е. само оказание услуг создает желаемый результат [8].

Услуга воспринимается как товар. Оказание услуги является экономически полезной деятельностью, экономическая полезность делает услугу предметом торговли. В последние годы распространилось определение сферы услуг как «социальной сферы». С данной точки зрения сфера услуг приближается непосредственно к человеку и представляется как комплекс отраслей, выполняющих функции обслуживания, удовлетворения материальных и духовных потребностей населения, создания наиболее благоприятных условий жизнедеятельности общества [5].

Отраслевая классификация сферы услуг, принятая во многих странах, в том числе и в России, включает в себя:

- торговлю (оптовую и розничную);
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, рестораны и т.д.);
- транспорт;
- связь и информационное обслуживание;
- услуги по снабжению, заготовке и хранению материально-технических ресурсов;
- кредит, финансы и страхование, сделки с недвижимостью и другие услуги по обеспечению функционирования рынка;
- образование, культура и искусство;
- наука и научное обслуживание;
- здравоохранение, включая физическую культуру и спорт;
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (по поддержанию и ремонту жилищного хозяйства, производственно-бытовые и коммунальные услуги);
- услуги личного характера (непроизводственные бытовые услуги и парикмахерские, услуги фотоателье, ремонта обуви и т.д.);
- услуги государственного управления [4].

Помимо отраслевого критерия классификация услуг производится и по другим основаниям, например по степени контакта с потребителем, по степени регулирования законодательными и нормативными актами, по трудоемкости, по формам обслуживания, в зависимости от мотивов потребителей или производителей услуг, по объекту направленности и степени осязаемости и т.д. [9].

Услуга как таковая имеет существенные отличия от обычных товаров, что оказывает существенное влияние на социально-трудовые отношения и взаимодействия работников сферы услуг, их восприятие своей профессии (образ профессии), влияние на отношение к своей профессии, на ожидания и ценности в отношении своей деятельности и т.д., а в конечном счете – на профессиональную идентичность. Рассмотрим эти особенности услуг, выделяемые в экономической литературе.

Первая особенность – неосвязаемость большинства услуг. В отличие от материальных товаров, их нельзя увидеть, попробовать, почувствовать, услышать до тех пор, пока они не будут приобретены. Услуги не являются материальными объектами, они являются действиями [9]. Таким образом, потенциальному покупателю сложно, а подчас и невозможно оценить качество предоставляемых услуг. Из-за этой особенности перед работниками сферы услуг стоит дополнительная задача – максимально повышать степень освязаемости услуги, т.е. приводить какие-либо материальные доказательства, дополнительно подчеркивать ее значимость, демонстрировать выгоду, которую получит потребитель с ее использованием [10].

Вторая особенность услуг – непостоянство качества: оно может значительно меняться в зависимости от того, кто, когда, где и как услугу предоставляет. Полученный результат зависит от общих действий и от восприятия покупателя. Даже если один и тот же человек оказывает услугу нескольким покупателям абсолютно одним и тем же способом, у разных покупателей может быть разное восприятие того, что они получили, и различная степень удовлетворенности своей потребности [9].

Для производителя услуги очень часто непостоянство или изменчивость качества услуг связано с особенностями его характера, квалификацией, с недостатком информации, с отсутствием конкуренции, с недостатком опыта. Уменьшение риска непостоянства качества услуг достигается путем дополнительного обучения персонала, разработки стандартов обслуживания, снижения трудоемкости и т.п. [10].

Особенность отсутствия стандартизации большинства услуг порождает проблему неразработанности требований к профессионализму работников и, как следствие, возможность увеличения числа работников с низким уровнем мастерства. Отсутствие четких критериев профессионализма является прямым следствием того, что в сфере услуг большую роль играет субъективный фактор (велика доля субъективизма в восприятии и оценке результата оказания услуги). Данная проблема оказывает негативное воздействие на профессиональную идентичность представителей сферы услуг, которая строится на оценке профессиональных знаний, умений, навыков, на представлениях о себе как профессионале. Вместе с тем успешная профессиональная идентификация работников сферы услуг является важным условием их успешной самореализации.

Сегодня очень высоко ценится профессионализм и мастерство, особую ценность приобретают работники-профессионалы, настоящие мастера своего дела [11]. Создание современной эффективной экономики формирует запрос на высококвалифицированного специалиста, ориентированного (особенно в ситуации социальной нестабильности) на повышение профессиональной

компетентности в течение всей трудовой жизни. Растет спрос на профессионала, обладающего устойчивой нравственной позицией, умеющего сделать нравственный выбор, определить приоритеты в собственной судьбе, освоить возникающие новые стандарты образа жизни и деятельности, умеющего адаптироваться в различных социальных ролях [12]. Не вызывает сомнения то, что к работникам сферы услуг указанные требования будут заметно и интенсивно повышаться. Это связано и с тем, что сфера услуг не является какой-то изолированной сферой, она тесно связана с производством, сама включает в себя и ручной, и технический, и автоматизированный труд.

Третья особенность услуги – неотделимость от источника. Очень важно понимать, что человек в сфере услуг является частью услуги, если он эту услугу предоставляет. Также обозначенная характеристика проявляется в следующих формах: 1) производство и потребление большинства услуг неразделимы, они могут потребляться только в ходе использования; 2) неотделимость покупателя от предоставления услуги; 3) совместное потребление некоторых услуг, которые предоставляются только для большой группы покупателей [9].

Ввиду неотделимости, неразрывности услуги и субъекта, ее предоставляющего, на этого субъекта ложится огромная ответственность. Поскольку покупатель включен в непрерывный процесс производства и потребления услуги, то продавец должен знать, что и как продавать. От того, какие взаимоотношения сложатся у продавца услуги с ее покупателями, будет зависеть вероятность повторного приобретения этой услуги [10].

Четвертая характеристика услуг – их несохраняемость для дальнейшей продажи или использования, поскольку они одновременно производятся и потребляются. Данная проблема ставит дополнительную задачу перед тем, кто оказывает услугу. Несмотря на объективную несохраняемость услуги, возможно обеспечить ее субъективное сохранение для покупателя. К основным компетенциям продавца услуг добавляется обязательство максимально качественно удовлетворить потребности клиента, чтобы удовольствие от полученной услуги сохранялось в течение долгого времени после ее приобретения [9].

Наконец, пятая черта услуг – отсутствие собственности: результат приобретения услуги не подразумевает право собственности на нее. Если человек, купивший товар, становится его владельцем и может его использовать, подарить, продать и т.д., то у покупателей услуг такого выбора нет. Принимая это во внимание, предприятия сферы услуг должны прилагать особые усилия для укрепления своего имиджа и привлекательности: дополнительно поощрять потребителей к повторному использованию услуги, искать различные средства усиления чувства собственности, превращать недостаток отсутствия владения в преимущество [9].

Перед работником постоянно стоит требование применения различных стратегий для выработки доверия, покупатель услуги всегда должен знать ответ на вопрос: «Почему именно у вас я должен приобрести услугу?». Ф.А. Куцулова подчеркивает необходимость выстраивания взаимоотношений между предприятиями, предлагающими услуги, и потребителями услуг на основе взаимопонимания, партнерства, осознанной потребности друг в друге. Лучшим способом налаживания и поддержания этих взаимоотношений остаются личные контакты. Большинство людей желают знать тех, с кем они имеют дело, требуют персонального внимания к себе, хотят увидеть личную заинтересованность предприятия в предоставлении той или иной услуги. Доверие и доверительность – краеугольный камень отношений. Здесь талант общения может оказаться важнее профессиональной искушенности. Решающими факторами оказываются качество обслуживания и характер взаимоотношений [13].

Клиент выступает в роли «другого», а эта роль имеет очень весомое значение для структуры профессиональной идентичности работника. Во-первых, представления о клиенте и отношение к нему являются основой построения модели профессиональной деятельности, способствуют формированию способов установления контакта с клиентом, определяют характер взаимодействия. Как утверждают исследователи, закрепляясь и становясь устойчивой, система представлений о клиентах и о себе как профессионале, как правило, приобретает черты профессионального стереотипа, а неадекватно сформированный стереотип может стать препятствием в развитии личности профессионала. Эти образы включаются в структуру профессиональной идентичности и детерминируют последующую деятельность профессионала [14]. А во-вторых, клиент наряду с коллегами, конкурентами и т.д. выполняет важную для профессиональной идентичности функцию: признавать и подтверждать профессионализм работника. В сфере услуг профессиональная идентичность во многом определяется именно признанием со стороны других.

Сфера услуг – это по преимуществу сфера системы «человек – человек» в известной классификации профессий Е.А. Климова. Главный предмет труда в этой сфере – индивиды и социальные группы, большинство профессий связано с воспитанием, обслуживанием, обучением людей, общением с ними. Определяя вслед за Е.А. Климовым профессию как активность субъектов, выступающих инициаторами этой активности, А.А. Водяха, исследуя профессию врача, подчеркивает особенность профессиональной деятельности, которая заключается в обслуживании целостного процесса социализации личности. В данном случае профессиональная деятельность врача направлена на личность другого человека и его жизненную ситуацию как на цель и отра-

жает в себе взаимообусловленность личностных особенностей, профессионально значимых качеств специалиста и общечеловеческих ценностей [15].

Специалисты обслуживающих, помогающих, обучающих профессий отягощены высокой ответственностью за людей (клиентов, пациентов, учеников, подчиненных) и работают в условиях высокой эмоциональной и интеллектуальной напряженности. Эти условия становятся фактором риска профессионального выгорания работников. Выгорание – ответная реакция на продолжительные стрессы межличностных коммуникаций [16]. Именно поэтому для работников таких профессий является весьма полезным изучение основ психологического, социологического знания, знания об уникальности человека как личности и индивидуальности.

Как отмечает Е.А. Климов, особенностью специальностей сферы «человек – человек» является двойная подготовка – «человековедческая» и еще некоторая специальная. А.В. Серый утверждает, что «человековедческий» фактор должен стать центральным компонентом актуализации и осмысления выбранной профессиональной деятельности, призмой, сквозь которую необходимо рассматривать компетентность специалиста [17], так как формирование и развитие профессионально значимых качеств работника сферы услуг не может сводиться к одному лишь усвоению знаний, навыков и умений и их механическому воспроизведению [15].

Еще одна особенность, связанная с тем, что работник сферы услуг имеет непосредственный контакт с человеком, – необходимость его готовности к творческой деятельности. Сфера услуг – это своего рода сфера творчества, связанная с созданием чего-то неповторимого, в ней ценится индивидуальность, инициативность, достижения личности.

Особое место творчества в трудовой деятельности было тщательно изучено В.Л. Иноземцевым: он говорит о переходе в современном обществе от трудовой деятельности к творческой, что в первую очередь происходит в сфере услуг. Значимыми характеристиками творчества выступают внутренние побудительные мотивы деятельности; ее осознанный характер; активность обусловлена стремлением к внутреннему совершенствованию, т.е. тип творческой деятельности – самореализация, направленная на воспроизводство творческой личности; результат труда – невоспроизводим [18]. Характеристики творческой деятельности, отмечаемые В.Л. Иноземцевым, по нашему мнению, являются характеристиками высокого, глубокого уровня профессиональной идентичности. Такая творческая деятельность (с высокой степенью профессиональной идентичности) выполняет в современном обществе важнейшую функцию – является инструментом преодоления феноменов отчуждения и эксплуатации, которые казались неустранимыми на путях эволюционного развития общества [18].

Можно заключить, что сфера услуг оказывается важнейшим фактором профессиональной идентичности. Работа в этой сфере требует осмысления занимаемой позиции, наличия знаний психологических, социологических, «человековедческих», для того чтобы знать, как удовлетворить различные потребности, найти индивидуальный подход. Сфера услуг также связана с необходимостью расширения области социальных связей, необходимостью увеличения каналов передачи информации, необходимостью непрерывного обучения и т.д. Сфера услуг – сфера индивидуальности, неповторимости, инициативности, самостоятельности. Здесь раскрываются широкие возможности для самовыражения и самореализации, которые являются основой профессиональной идентичности. Сфера услуг, как мы считаем, должна стать одним из важнейших объектов социологического анализа.

Список литературы

1. Иванова Н.Л., Конева Е.В. Социальная идентичность и профессиональный опыт личности: монография / Ярослав. гос. пед. ун-т. – Ярославль, 2003. – 132 с.
2. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2004. – 600 с.
3. Александрова Т.Л. Методологические проблемы социологии профессий // Социс. – 2000. – № 8. – С. 11–17.
4. Лифанова С.А. Настоящее и будущее сферы услуг в обществе // Медицина и образование в Сибири. – 2007. – № 6. – С. 10–18.
5. Куцулова Ф.А. Развитие сферы услуг в современном экономическом мире // Вопросы структуризации экономики. – 2007. – № 3. – С. 9.
6. Ветрова Е.А. Тенденции развития сферы услуг в мировом хозяйстве // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 10 (66). – С. 367–370.
7. Сфера услуг: новая концепция развития / В.М. Рутгайзер [и др.]. – М.: Экономика, 1990. – 159 с.
8. Услуга и ее роль в современной экономике [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.market-pages.ru/marusl/2.html> (дата обращения: 24.03.2015).
9. Басова С.Н. Маркетинг услуг: учеб. пособие для студентов, обучающихся по дистанционным технологиям. – 2-е изд., доп. и изм. – Хабаровск, 2008. – 98 с.
10. Основные характеристики услуг [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.market-pages.ru/marusl/3.html> (дата обращения: 24.03.2015).

11. Шакурова А.В. Мастерство как элемент профессиональной идентичности субъекта трудового поведения в образовательном процессе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2010. – № 3 (19). – С. 93–99.

12. Колосова В.В. Парадигма профессионально-личностного развития и задачи модернизации образовательных программ // Науковедение: интернет-журнал. – 2013. – № 4 (17). – С. 83–88.

13. Куцулова Ф.А. Развитие сферы услуг и человеческий фактор на современном этапе рыночной экономики // Вопросы структуризации экономики. – 2002. – № 2. – С. 25–27.

14. Курзанов С.С., Гогицаева О.У. Профессиональная идентичность психологов // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 4. – С. 31–36.

15. Водяха А.А. Ценностно-смысловые ориентации в структуре профессиональной идентичности врача // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2008. – № 1. – С. 60–65.

16. Водопьянова Н.Е., Старченкова Е.С. Синдром выгорания: диагностика и профилактика. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

17. Серый А.В. Система личностных смыслов: структура, функции, динамика. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2004. – 272 с.

18. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М.: Academia: Наука, 1998. – 640 с.

Получено 30.04.2015

Пестрикова Александра Михайловна – магистрант, ПНИПУ, ГумФ, гр. С-13-1м, e-mail: aleksandra3108@yandex.ru.