

УДК 159.9

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ
ПЕРСОНАЛУ ДО ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ**

Сафонов О.В.

e-mail: oleksii.safonov2@nure.ua

Науковий керівник – к. пед. н., доц. Митцева О.С.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. СГН
м. Харків, Україна

The paper analyzes the psychological and pedagogical aspects of training staff to interact with customers at service sector enterprises. The conceptual model of customer satisfaction is based on the international quality standard ISO 10004:2018. Effective training for staff requires combining psychological preparation with practical teaching methods. Understanding these aspects is fundamental to bridging the gap between customer expectations and their actual perception of the service, ensuring a high level of service quality and increasing the overall competitiveness of the organization.

В умовах сучасної соціально-економічної нестабільності психолого-педагогічні аспекти підготовки персоналу до взаємодії зі споживачами на підприємствах сфери послуг набувають особливого значення. Запорукою успішної комунікації є не лише професійна підготовка персоналу, а й здатність діяти у стресових ситуаціях. Ключову роль у забезпеченні якості надання послуги відіграє міжособистісна взаємодія персоналу зі споживачем. Зважаючи на те, що якість послуги визначається насамперед суб'єктивним сприйняттям самого споживача, доцільним є дослідження факторів, що формують його задоволеність.

Відповідно до міжнародного стандарту ISO 10004:2018 “Quality management – Customer satisfaction – Guidelines for monitoring and measuring”, задоволеність замовника (споживача) визначається як сприйняття ступеня виконання його очікувань [1].

Концептуальна модель задоволеності споживача базується на аналізі розбіжності між очікуваннями споживача та його фактичним сприйняттям отриманої послуги. Споживачі прагнуть, щоб їх слухали й розуміли, тому під час взаємодії з персоналом підприємств сфери послуг вони очікують відкритості, чесності та прозорості в комунікації, що передбачає уважне ставлення до їхніх індивідуальних потреб і запитів.

Успіх підприємства напряму залежить від психоемоційного стану працівників, їх мотивації та злагожденості роботи в колективі. Навчання та розширення комунікативних можливостей персоналу мають бути спрямовані на забезпечення узгодженості між очікуваннями споживачів і реальним досвідом взаємодії, оскільки саме така відповідність формує задоволеність і сприяє підвищенню їх лояльності.

Психологічні аспекти управління персоналом відіграють вирішальну роль у підтримці працівників, особливо в умовах кризи, адже створення сприятливого мікроклімату на підприємстві дозволяє уникнути перенесення негативних емоцій на споживача [2].

Ефективність управління персоналом залежить від урахування факторів, що безпосередньо впливають на працівників та колектив: індивідуальних особливостей, психологічного клімату, управління стресом, профілактики вигорання, зворотного зв'язку та залученості.

Основні напрями навчання персоналу доцільно зосередити на психологічній підготовці, розумінні природи поведінки споживача та здатності до емпатії. Надзвичайно важливими елементами такої підготовки є постійне професійне самовдосконалення, розвиток стресостійкості та саморегуляції. Кожен споживач потребує індивідуального підходу, оскільки ключ до успішного надання послуг полягає в умінні формувати емоційний зв'язок, керувати власними емоціями та зберігати самовладання під час комунікації.

Існують різні методи навчання персоналу підприємств сфери послуг, найефективнішими з яких є спеціальні курси та дистанційне навчання, що можуть поєднувати в собі відразу кілька форматів: лекції, вебінари, тренінги, наставництво, коучинг та кейс-навчання. Під час навчання персонал отримує необхідні навички для успішної комунікації зі споживачами, враховуючи практичні аспекти взаємодії.

Постійне навчання персоналу дає можливість поступово розвивати якості, що допомагатимуть краще розуміти очікування споживачів і вчасно реагувати на їх реальні потреби. Очікування споживачів можуть бути явними, неявними або навіть повністю невисловленими, а також змінюватися з часом, тому необхідним є безперервний аналіз чинників, що впливають на їхню задоволеність та лояльність до підприємства.

Комплексний підхід до підготовки персоналу дозволяє краще розуміти потреби споживачів, швидше вирішувати їхні проблеми, виявляти слабкі місця у процесі взаємодії та забезпечувати високий рівень сервісу. Це створює основу для довірчих і тривалих відносин зі споживачами, що безпосередньо впливає на їх задоволеність та підвищує загальну конкурентоспроможність будь-якого підприємства сфери послуг.

Список використаних джерел:

1. ISO 10004:2018 “Quality management – Customer satisfaction – Guidelines for monitoring and measuring”.

2. Полозова Т. В., Митцева О. С., Іванов І. О. Організаційно-економічні та психологічні аспекти управління персоналом як фактор розвитку організації в умовах кризи. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Т. 9. № 2. С. 55–59. URL: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-2-9>