

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»**

**Інститут культури і мистецтв
Відділення професійної майстерності
та перукарського мистецтва**

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНДУСТРІЇ КРАСИ ТА ЗДОРОВ'Я

**Матеріали VI Всеукраїнської студентської
науково-практичної конференції
11-12 квітня 2012 року
Частина 1**



Луганськ - 2012

14. Колесова Я.О., Парамоненко Л.М. Особливості становлення іміджевої компетентності майбутніх фахівців із перукарського мистецтва та декоративної косметики	112
15. Кочубей О.П., Каминін В.Є. Вплив модних тенденцій у зачісці та макіяжі на соціальну поведінку людини	117
16. Круподєрова Е.С., Кривуля І.А. Качество сервиса в салонном бизнесе	125
17. Лигіна Т.В., Парамоненко Л.М. Аналіз рівня сформованості структурних компонентів професійного іміджу майбутніх фахівців із перукарського мистецтва та декоративної косметики	129
18. Лігус Н.С., Великохатська О.В. Ножиці як найважливіший інструмент перукаря при наданні якісних перукарських послуг.	135
19. Мелешко А.Ю., Химченко О.М. Молодіжна мода як показник естетичної культури студентства	147
Відомості про авторів	157

Статья посвящается особенностям формирования моды: прически и макияжа, как одним из социальных регуляторов общественного поведения широких слоев населения.

Ключевые слова: эстетика, функции моды, визажист-стилист, психология моды, дизайн.

УДК 687.53:643.53

Круподерова Е., Кривуля И.А.

КАЧЕСТВО СЕРВИСА В САЛОННОМ БИЗНЕСЕ

Сегодня человек предъявляет повышенные требования не только к качеству и результатам сферы обслуживания, но и к содержанию самого этого процесса. Это требует особого внимания к психологической подготовке персонала, ставит задачу развития их психологической компетентности на всех этапах обслуживания. Современная профессиональная культура персонала салона развивается в условиях возрастания внимания общества к коммуникативной культуре.

Услуги предприятий салонного бизнеса стали более востребованными, при этом активно развиваются новые направления в косметологии, парикмахерском деле, ногтевой эстетике, формируется настоящая индустрия салонного бизнеса.

Цель статьи: рассмотреть пути повышения уровня качества услуг салонного бизнеса.

В настоящее время салонный бизнес получает активное развитие не только в крупных городах, а также в городах с небольшой численностью населения. Люди стали активно заниматься своей внешностью. Услуги предприятий салонного бизнеса стали более востребованными, при этом активно развиваются новые направления, формируется настоящая индустрия салонного бизнеса.

В сервисной деятельности и салоне бизнеса ключевое значение имеет проблема качества услуг. При современном уровне конкуренции салоны красоты, не уделяющие должного внимания используемым материалам, функционируют не

слишком долго. Так же особое внимание необходимо уделить подбору профессиональных кадров. О профессиональном уровне специалиста свидетельствуют дипломы об образовании и участие в различных конкурсах.

Для успешной профессиональной деятельности специалист салона красоты должен обладать следующими личностными качествами: коммуникативные способности, уровень интеллекта, уровень эстетического вкуса, творческий потенциал, общительность, открытость, умение быть внимательным к людям, умение приспосабливаться, эмоциональная выдержанность, умение быть любезным, дипломатичным, достойным доверия, деловая направленность, терпимость к окружающим, артистичность, самостоятельность в принятии решения и умение "срезать углы"; находчивость, внимание к мелочам, собранность, сообразительность.

Для улучшения качества сервиса салонного бизнеса необходимо придерживаться таких позиций:

1. Строго индивидуальный подход к каждому посетителю, создание индивидуальных программ по уходу и восстановлению жизненных сил;

2. Входной медицинский контроль и тестирование новых посетителей на предмет противопоказаний к тем или иным процедурам;

3. Комплексное воздействие на человека как на целостную систему (одновременное воздействие на все органы чувств - зрение, слух, обоняние, осязание и вкус, в результате которого человек расслабляется и восстанавливается).

4. Обязательное наличие в штате специалистов с высшим и средним медицинским образованием;

5. Проведение салонных процедур на профессиональном оборудовании и использование профессиональных косметических средств;

6. Использование климатического оборудования для комплексных процедур и уходов;

7. Особая планировка рабочих помещений, позволяющая обеспечить максимальный комфорт во время всего посещения и процедур в частности;

8. Высокая организация со стороны сотрудников времени пребывания посетителя в салоне красоты;

9. Высокий профессионализм специалистов салона красоты;

10. Слаженный, дружный коллектив, доброжелательная атмосфера, предупредительность, максимальное внимание к посетителям;

11. Организация и проведение дополнительных услуг и занятий (аутотренинги, психологические консультации).

Не стоит забывать и об укреплении социальных связей. Целью успешного предприятия высокого уровня должна быть персонификация отношений с клиентами. «Потребитель может быть безмянным; клиент - никогда» (Дж. Доннели, Л. Берри и Т. Томпсон). Обслуживание посетителей должно происходить на индивидуальной основе, работать с клиентом может только постоянный, выбранный им самим специалист.

Приоритетность вопросов качества продукции и обеспечение ее конкурентоспособности повысили значимость творческого отношения к труду и высокому профессионализму: необходимость развивать потенциальные способности персонала, обеспечивать его мотивацию к трудовому процессу.

Главным «экспертом» в определении реального качества услуги остается потребитель. Именно он выступает фигурой, на которую направлено обслуживание. Вместе с тем потребительская оценка услуги, опираясь на объективные ее свойства, содержит много субъективных моментов. Проистекает это в силу разных причин. Когда потребитель оценивает качество услуги, он сравнивает некоторые фактические параметры качества с ожидаемыми величинами. Если эти ожидания совпадают, то качество услуги признается им хорошим, удовлетворительным. При этом потребительские ожидания строятся на таких ключевых факторах, как личные потребности и интересы, прошлый опыт, внешние

коммуникации (реклама и др.), межличностные коммуникации, включая и слухи, оценки близких людей. Воздействие многих из этих факторов способно серьезно исказить качественную сущность услуги. [5, с. 35]

Никакие способы не помогут улучшить качество работы в сервисной компании, если сотрудники не будут сосредоточены на клиенте. Каждый сотрудник должен четко понимать, как его действия влияют на клиента. Он должен понимать, что главная цель его работы - сделать клиента довольным.

Таким образом, высокий профессионализм и личные качества работников салона являются основным условием повышения качества услуг в салонном бизнесе.

Литература

1. **Бойко В.В.** Социально-психологический климат коллектива и личность / В.В. Бойко [и др.]. - М.: Мысль, 2000. - С. 86-87.
2. **Валуженич Н.Е.** Организационная культура и трудовая мотивация как факторы лояльного отношения персонала к организации / Н.Е. Валуженич // Управление персоналом. - 2007. - №16. - С. 12.
3. **Ветошкина Т.** Влияние корпоративной культуры на мотивацию персонала [Текст] / Т. Ветошкина // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2008. - №9. - С. 12.
4. **Коломинский, Я.Л.** Психология в з а и м о о т н о ш е н и я в малых группах [Текст] учеб, пособие / Я.Л. Коломенский. - М.: Тетра Системе, 2000. - С. 102-103.
5. **Хоффман Л.** Диалоги в салоне красоты: Искусство общения с клиентом - путь к успеху / Л. Хоффман; Пер. с английского И.А. Литвиновой. - М.: РИПОЛ
6. **ГОСТ 50691-94** - Государственный стандарт РФ Модель обеспечения качества услуг.

Круподёрова Е С., Кривуля И.А. Качество сервиса в салонном бизнесе

В данной статье рассмотрены пути повышения качества сервиса в салонном бизнесе. Важность профессионального подбора персонала и повышение его эстетической культуры. Так же важным условием качества сервиса в салонном бизнесе

является создание эстетической, психологической атмосферы в салоне.

УДК 378.01 1.3:687.5-051

Лигіна Т. В., Парамоненко Л.М.

АНАЛІЗ РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ СТРУКТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ПЕРУКАРСЬКОГО МИСТЕЦТВА ТА ДЕКОРАТИВНОЇ КОСМЕТИКИ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.

В умовах зростаючої конкуренції і ринкових стосунків усе більш важливе значення надається такому поняттю, як професійний імідж, а також для чого необхідно його створювати та корегувати.

Професійний імідж - важлива складова частина іміджу, це сукупність особливостей і характерних рис, які відображають сприйняття здібностей і характеру ключовими суб'єктами (наприклад: клієнтами, керівниками, підлеглими, колегами).

Професійна кар'єра значною мірою залежить від рівня розвитку позитивного професійного іміджу. Розвиток людини як особи і суб'єкта діяльності відкриває перед ним перспективи кар'єри, професійного визнання, росту авторитету особи, виступає умовою особової і професійної самореалізації.

Найбільш ефективним у формуванні професійного іміджу у майбутніх фахівців із перукарського мистецтва та декоративної косметики, на нашу думку, є позанавчальна діяльність студентів. Вона також є ефективним фактором розвитку творчого потенціалу, таланту, обдарованості та здібностей студентів у різних сферах діяльності та спілкування. Позанавчальна діяльність найбільше спрямована на розкриття індивідуальності майбутніх фахівців, їх особливості.