

Невербальная коммуникация в аспекте психологического обслуживания гостей в индустрии гостеприимства

Шкляр Наталья Валерьевна

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема
кандидат психологических наук, доцент*

Саха Анастасия Николаевна

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема
магистрант*

Аннотация

В статье приведены результаты экспериментального изучения зрительно-воспроизводимых и коммуникативно-значимых движений Кузнецовой А.М.; особенности развития эмоциональной экспрессии сотрудников контактной зоны (авторы Л.Е. Бачина, А.Е. Ольшанникова); методика определения уровня перцептивно-невербальной компетентности Розена Г.Я.; методика Л.И. Савва «Лицевые маски», в сфере гостеприимства на примере гостиничного предприятия «Малина», Амурская область, г. Белогорск.

Ключевые слова: невербальная коммуникация, психологическая комфортность, индустрия гостеприимства, психологическая компетентность, гостиничное предприятие, персонал

Nonverbal communication in the aspect of psychological guest service in the hospitality industry

Schlyar Natalia

*Sholom-Aleichem Priamursky State University
candidate of psychological sciences, associate professor*

Sakha Anastasiya

*Sholom-Aleichem Priamursky State University
undergraduate*

Abstract

The article presents the results of an experimental study of visual-communicative reproducible and significant movements A. M. Kuznetsova; peculiarities of development of emotional expression of employees of the contact zone (by L. E. Baccini, A. E. Ol'shannikova); the method of determining the level of perceptual nonverbal competence G. Y. Rosen; methods L. I. Savva «Facial mask» in the hospitality industry on the example of a hotel company «Raspberry», Amur oblast, Belogorsk.

Keywords: nonverbal communication, psychological comfort, hospitality industry, psychological competence, hotel enterprise, staff

Невербальная коммуникация – это общение, обмен информацией без помощи слов, через мимику, жесты и движения тела. Знание невербальной коммуникации поможет понять истинную сущность высказываний человека, а также правильно интерпретировать реакцию, проявляемую в процессе общения.

Психологический комфорт – это преобладающий и относительно устойчивый психический настрой коллектива, проявляющийся как в отношениях людей друг к другу, так и в их отношении к общему делу; условия жизни, при которых человек чувствует себя спокойно, нет необходимости защищаться.

Под индустрией гостеприимства понимается гостиничное предприятие являющиеся обособленным хозяйствующим субъектом, цель которого удовлетворение потребностей гостей, предоставление качественных услуг и получение прибыли.

Индустрия гостеприимства имеет свои особенности: быстрота (скорость) предоставления гостиничных услуг. Специфика гостиничного сервиса не терпит медлительности. Ни одна технологическая операция в гостинице не должна быть утомительной и занимающей у гостей много времени; оказание услуг подразумевает неотделимость от источника и объекта услуги; услуги нельзя складировать. Не имея возможности хранить и накапливать результаты эксплуатационной деятельности, гостиницы в своей работе зависят от текущего спроса, что и обуславливает постоянную работу (готовность) к оказанию услуг независимо от времени; услуги сферы гостеприимства отличаются изменчивостью, их содержание зависит от того, кто их оказывает и при каких условиях – один и тот же человек может прекрасно обслуживать сегодня и скверно завтра [3].

Практика показывает, что наличие в гостинице технических условий для оказания услуг (уютные номера, общественные помещения, высокотехнологичное оборудование и т. п.) еще не гарантирует высокое качество обслуживания и получение стабильного дохода. Для достижения успеха, гостиничные предприятия, в краткосрочной и долгосрочной перспективе при предоставлении услуг, должны обеспечить гостю психологическую комфортность.

Психологическая комфортность в индустрии гостеприимства – это забота, уважение и гостеприимство, проявленные по отношению к гостю, способность чувствовать потребности гостя, оправдывать ожидания гостя.

В настоящее время психологический аспект в индустрии гостеприимства играет важную роль, в частности невербальная коммуникация, которая позволит значительно лучше понимать гостя и находить правильный подход к нему [5]. Рэй Бердвистелл отмечает, что вербальные компоненты общения занимают лишь 35% от сообщаемой информации, тогда как невербальная часть составляет 65% [2]. Проблемы

управления предприятиями гостиничного хозяйства в последние годы стали весьма актуальными, что получило отражение в научной литературе. За последнее время требования к качеству услуг и вместе с тем необходимость в подготовке квалифицированного персонала, разработке программ, психологических рекомендаций по приему и обслуживанию гостей, возросли. Актуальность данного исследования вытекает также из того, что проблема невербальной коммуникации до сих пор является недостаточно изученной.

Изучением различных аспектов невербального общения занимались: Аверкина Л.А., Ахьямова И.А., Белякова Н.В., Бороздина Г.В., Григорьянц Т.А., Екинцев В.И., Иванов В.Д., Кривых Л.В., Лабунская В.А., Ларионова А.С., Михеева Г.А., Оналбаева А.Т., Орлова М.А., Пиз А., Плетнева Е.Г., Ренц Т.Г., Рогов Е.И., Романова М.В., Рубинштейн С.Л., Самохина М.А., Чиркова Е.И., Чуганская А.А., Эм Е.А. и др. Безусловно, значение этих исследований велико, особенно в разработке общетеоретических аспектов проблем невербального общения. Но до сих пор остается малоизученным вопрос о роли невербальной коммуникации, в аспекте психологического обслуживания гостей в индустрии гостеприимства.

Целью работы является изучение невербальной коммуникации, в аспекте психологического обслуживания гостей.

Гипотезой исследования является предположение о том, что развитие невербальной коммуникации персонала индустрии гостеприимства будет способствовать качественному обслуживанию гостей, то есть предоставлению превосходного сервиса, обеспечению психологической комфортности гостей.

Профессиональный успех человека на 80% определяется его умением общаться и договариваться с другими людьми и лишь на 20 % – от специальных знаний и умений. Психологическая компетентность специалиста сферы сервиса складывается из совокупности личных качеств, профессиональных психологических знаний и навыков. Так как всякая услуга является результатом взаимодействий исполнителя и заказчика, значит, во многом зависит не только от объективных характеристик, но и от субъективного восприятия участников взаимодействия. Это обуславливает необходимость постоянного развития и совершенствования психологической компетентности вовремя непосредственного взаимодействия с гостем. Таким образом, психологическая компетентность специалиста сферы сервиса – это совокупность личных качеств и профессиональных психологических знаний и навыков [4].

Как отмечает М.С. Андрианов невербальная коммуникация – это совокупность неречевых коммуникативных средств, система жестов, знаков, символов, кодов, использующихся для передачи сообщения с большой степенью точностью и играющих важнейшую роль в смысловом понимании людей друг друга» [1]. В своей работе мы будем придерживаться определения М.С. Андрианова, так как, на наш взгляд, именно этот автор дает наиболее полное и точное определение невербальной коммуникации.

Особенностью невербального языка является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания, и отсутствие возможности подделать эти импульсы позволяет нам доверять этому языку больше, чем обычному вербальному каналу общения. Каждый специалист, независимо от направления деятельности, должен обладать навыком воздействия на оппонента, при возникновении такой необходимости, чтобы направлять диалог в необходимое русло и качественно развивать межличностные отношения.

Интерпретация невербального общения невозможна без наблюдательности, проявления внимания и интереса к гостю. Для предоставления безупречного сервиса, сотрудникам индустрии гостеприимства нужно уметь определять, понимать желания и потребности гостя. Не всегда гость может выразить словами, то, что он хочет получить от сервиса гостиничного предприятия, или не всегда гость отеля достаточно хорошо знает язык, чтобы объяснить свои желания, требования и потребности. Индустрия гостеприимства обязывает к высокому уровню коммуникативных способностей и умению устанавливать психологический контакт с собеседником [5].

Экспериментальное исследование проводилось на базе гостиничного предприятия «Малина» Амурская область, г. Белогорск. В эксперименте приняли участие 18 человек. Возрастной диапазон коллектива составляет от 25 до 60 лет.

Метод экспертной оценки диагностики зрительно-воспроизводимых и коммуникативно-значимых движений, автор Кузнецова А.М. Испытуемым предлагалось ответить на 20 вопросов теста и выразить своё мнение о невербальных особенностях поведения человека в общении.

Результаты исследования показали, что общий показатель уровня развития невербальных компонентов общения, а в частности перцептивно-коммуникативных возможностей персонала гостиничного предприятия «Малина», находится на среднем уровне и составляет 48% от общего количества испытуемых.

Для изучения степени выраженности умения налаживать отношения и прочитывать контекст общения нами использовалась методика Розена Г.Я. Респондентам предлагалось ознакомиться с пятнадцатью вопросами теста и выбрать один из предложенных вариантов ответа. По результатам исследования было выявлено, что 50% коллектива (9 чел.) из 18 испытуемых обладают умеренным уровнем перцептивно-невербальной коммуникации; у 28% персонала (5 чел.) из 18 испытуемых наблюдается низкий уровень развития невербальной коммуникации, что свидетельствует о неспособности сосредоточиться на госте, так как сотрудник поглощён своими собственными проблемами и они для него в приоритете; 22% сотрудников (4 чел.) из 18 испытуемых обладают высоким уровнем невербальной коммуникации. Для качественного обслуживания необходимо, чтобы все сотрудники гостеприимства были компетентны в психологическом обслуживании, а в частности владели навыками невербальной коммуникации.

В экспериментальном исследовании по методам: диалог телодвижений; разговор через стекло; «Лицевые маски» – участвовал персонал контактной зоны в количестве 4 человек. Возрастной диапазон – от 25 до 35 лет.

Метод «диалог телодвижений». Самостоятельно выбрав роли, сотрудники приступали к общению с помощью невербальных действий. Каждый работник испытал себя во всех ролях. По завершению данного метода мы опросили в письменном виде персонал контактной зоны о комфортности и понимании невербальных коммуникациях. По результатам опроса у 60% (3 чел.) от общего количества испытуемых низкий уровень понимания невербальных коммуникаций, что отрицательно скажется в дальнейшей работе персонала, так как знания невербальных сигналов помогают верно понять гостя и тем самым оказать профессиональное гостеприимство, что и является целью гостиничной индустрии.

На основе проведенных экспериментальных исследований персонала гостиничного предприятия «Малина» было выявлено, что уровень общего показателя развития перцептивно-коммуникативных возможностей сотрудников гостиничного предприятия «Малина» равен среднему значению, а результаты методик специальных упражнений по развитию сформированности невербальной коммуникации персонала контактной зоны, который составляет три администратора и старшего администратора, выявили зажатость в выражении своих собственных чувств, дискомфорт в транслировании слов без звука при других сотрудниках контактной зоны.

С целью выявления способности к адекватному опознанию эмоционального состояния другого человека по его лицу нами была проведена методика «Лицевые маски» (автор Л.И. Савва). Данная методика позволяет определить эффективность идентификации мимических масок и соотнесения их с основными эмоциональными состояниями. Результаты исследования показали, что 4 сотрудника контактной зоны частично справились с заданием, опознали три эмоциональных состояния и попытались разграничить положительные и отрицательные эмоции, что составляет среднюю степень идентификации мимических масок и соотнесение их с основными эмоциональными состояниями.

Для изучения эмоциональной экспрессии сотрудников контактной зоны обслуживания нами использовался вопросник по эмоциональной экспрессии ВЭЭ (авторы Л.Е. Бачина, А.Е. Ольшанникова). Испытуемым предлагалось ответить на 48 вопросов и выбрать один из трёх предложенных вариантов ответа. В процессе исследования были изучены предпочитаемые средства (каналы) выражения тех или иных эмоций, а также интегральные характеристики: интенсивность экспрессии, двигательная активность при эмоциональных переживаниях и нарушения речи, и поведения при эмоциональных переживаниях, у сотрудников зоны обслуживания. Результаты экспериментального исследования показали тенденцию выраженности эмоциональной экспрессии персонала контактной зоны гостиницы «Малина» по определенным каналам экспрессии. Сотрудники контактной зоны гостиницы «Малина» по большинству каналов экспрессии

имеют умеренную тенденцию выраженности – не в полном объеме владеют собственным экспрессивным репертуаром, что затрудняет взаимодействие с клиентами в сфере гостеприимства. Умение сотрудников контактной зоны понимать эмоциональные состояния других людей на основе мимики и пантомимики является важным при коммуникации с гостями, обеспечит высококачественный сервис в сфере гостеприимства, а точное понимание гостя – благоприятную психологическую атмосферу в гостиничном предприятии

Невербальная коммуникация не может полностью заменить вербальный способ общения, но игнорирование важности знаний в данной области, отразится в психологическом дискомфорте и напряженности как внутри коллектива гостиницы, так и на главном элементе всей работы – гостях. Проблема распознавания невербальных сигналов гостей может привести к потере востребованности услуг, предоставляемых данной гостиницей.

Результаты экспериментального исследования позволили нам определить основные направления программы по развитию невербальной коммуникации персонала контактной зоны.

Библиографический список

1. Андрианов М.С. Невербальная коммуникация: психология и право: монография. М.: Ин-т общегуманитарных исслед., 2007. 250 с.
2. Пиз А., Пиз Б. Язык телодвижений. Расширенная версия. Пер. с англ. Т.Новиковой. М.: Эксмо, 2009. 464 с.
3. Сахарчук Е.С. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учебное пособие / под общ. ред. Е.С. Сахарчук. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 192 с.
4. Шкляр Н.В., Саха А.Н. Изучение особенностей развития невербальной коммуникации персонала контактной зоны в сфере гостеприимства // Гносеологические основы образования: Мат. 4 Междун. конф. посвященной профессору С.П. Баранову. М.: Академия, 2020. С. 390-392.
5. Шкляр Н.В., Саха А.Н. Психологические особенности организации сервиса в индустрии гостеприимства (теоретический аспект) // Россия и мир: развитие цивилизаций. Уроки прошлого, угрозы будущего: Мат. 10 Междун. научно-практической конф. М., 2020. С. 350-352.