DOI: 10.17117/na.2015.08.242

Поступила (Received): 25.08.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.08.242.pdf>

Красковская А.С. Деловое общение в сфере сервиса

Kraskovskaya A.S.
Business communication in service

В данной статье говорится об аспектах, влияющих на конкурентоспособность предприятия.

Рассмотрена специфика обслуживания клиентов в сфере сервиса. Показано, какое влияние оказывать деловое общение в обслуживании клиентов.

Рассмотрены основные нормы служебной этики в сервисной деятельности, а также этапы коммуникации специалистов

Ключевые слова: сфера обслуживания, сервис, агент недвижимости, клиент

This article refers to the aspects that affect the company's competitiveness. The specificity of customer service in the field of service. Displaying the impact business communications in customer service. The basic rules of professional ethics in the service activities, as well as the stages of communication specialists

Key words: service, service, real estate agent, the client

Красковская Анастасия Сергеевна

Студент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал ДГТУ)

Ростовская обл., г. Шахты, ул. Шевченко, 147

Kraskovskaya Anastasia Sergeevna

Student

Institute of the service sector and entrepreneurship (branch DSTU)

Rostov reg., Shevchenko st., 147

Сфера услуг в наше время развивается быстрыми темпами, и каждое предприятие стремится повысить качество обслуживания за счет многих аспектов. В процессе общения люди не только формируют свои представления о мире, но и вырабатывают взаимопонимание, совместные решения. Данный аспект и формирует деловое общение. Предприятия разрабатывают механизмы, позволяющие более эффективно использовать способности работника в процессе деятельности. Именно изменение моделей поведения работника и переход к новым формам общения позволят повысить качество обслуживания в их деятельности [1].

Зачастую специалисты вынуждены осуществлять свою профессиональную деятельность, не имея четких представлений о специфике общения как особого вида взаимодействия людей, его этических нормах, об особенностях грамотной речи и т.д. Низкая речевая подготовка специалистов в любой области является серьезной помехой в выполнении ими своих обязанностей. Именно поэтому особое внимание должно уделяться языковой подготовке будущих специалистов. Профессионально-служебная этика сервисной деятельности должна включать совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам фирм, которые в обязательном порядке должны быть ре-

ализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей [2]. Основные нормы служебной этики, которые должны быть присущи всем работникам сервисной деятельности, независимо от того, где находится их рабочее место (Рис.1).

Рис. 1. Основные нормы этики общения

Этика делового общения в сервисной деятельности определяется как взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование партнерских отношений. Ее основной специфической особенностью является регламентированность – подчинение установленным правилам и ограничения. Эти правила можно определить по типу делового общения, его формой и степенью официальности, а также конкретными целями и задачами между собеседниками [3]. В развернутом виде специалисты по теории коммуникации выделяют определенные этапы, представленные на рисунке 2.

Рис. 2. Этапы общения специалистов

Профессионал в сфере сервиса, который начинает общение с клиентами в неопределенном контексте интересов, стремление и мотивов, создает условия возникновения эффективной коммуникации, которая помогает достигнуть его целей. Также он обладает своим речевым стилем, который характеризуется диалогической открытостью и умением быть коммуникативным лидером. От владения речью специалиста по сервису зависит формирование клиентских

мотивов и интересов, скорость, полнота усвоения рекламного материала. Например, очень важно подстроиться под темп речи клиента. Когда сотрудник говорит не монотонно, а выразительно, то с ним приятно продолжать беседу. Также персоналу следует работать над своей мимикой и жестами. Если у менеджера на лице написано: «вас много, а я один», то это покажется некомпетентным. Коммуникативная компетентность – важный фактор эффективной сервисной деятельности. Еще одним условием успешного делового общения является расположение к себе собеседника. Например, в процессе общения следует называть собеседника по имени, применять методы активного слушания: переспрос, уточнение, пересказ, сочувствие, эмпатия и т. д.

Персонал в сфере сервиса является одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания зависит от мастерства и сознательности служащих. Удовлетворенность клиента в сфере обслуживания достигается вежливостью персонала и его отзывчивостью. Для того чтобы деловое общение было эффективным персонал должен знать правила обхождения и обращения, уметь правильно выражать свои мысли и соблюдать речевой этикет. Если деятельность предприятия направлена на обслуживание иностранных посетителей, то важно учитывать культурные традиции и образ мышления гостя [4].

Имидж компании напрямую зависит от качества обслуживания персонала. Очень важно вести правильно поставленный диалог при общении с клиентом, владеть вопросами межличностного общения и в целом иметь психологическую подготовку. Отношение персонала формирует общее впечатление от сервиса, а также вызывает чувство глубокого удовлетворения у клиентов и дает ему возможность ощутить комфорт от обслуживания [5]. Навыки речевой коммуникации и делового общения у персонала сервисных предприятий способствуют формированию лояльности потребителей и реализации одной из главных целей такого типа предприятий – удержание клиента и посещения клиентом фирмы вновь.

Список используемых источников:

1. Горностаева Ж.В., Колесников В.Н. Особенности рынка риэлтерских услуг и их влияние на характер конкурентных отношений на исследуемом рынке // *Экономические науки*. 2009. № 51. С. 187-191.
2. Алехина Е.С., Горностаева Ж.В., Кушнарева И.В. К вопросу об организации клиентоориентированности на предприятиях сервиса // *Наука в современном информационном обществе*. Научно-издательский центр Академический. 2014. С. 206.
3. Дуванская Е.В., Неплюева Т.С. Роль культуры сервиса на предприятиях // *Электронный научно-практический журнал Культура и образование*. 2014. № 6 (10). С. 71.
4. Дуванская Е.В., Селеменова Е.А. Сервис и культура как части одного целого // *Электронный научно-практический журнал Культура и образование*. 2014. № 6 (10). С. 72.
5. Алехина Е.С., Мамеева С.А. Особенности культуры обслуживания потребителя на предприятии сервиса // *Электронный научно-практический журнал Культура и образование*. 2014. № 6 (10). С. 70.