

УДК: 331.1

Одаренко Т. Е.

к.э.н., доцент

Гуманитарно-педагогической академии (филиал)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

Новикова Н. А.

обучающаяся 5 курса, направление подготовки «Менеджмент»

Гуманитарно-педагогической академии (филиал)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА КРЫМА

В статье рассмотрены особенности возникновения конфликта, как побочного действия массового обслуживания в контексте предоставления туристических услуг. Поднят вопрос о важности подготовки персонала отелей и гостиниц по дисциплине межкультурные коммуникации. На примере Крыма проанализированы отличительные национальные особенности приезжающих туристов и предложены рекомендации для сотрудников сферы гостеприимства по успешной работе с ними.

Ключевые слова: конфликт, туризм, гостиница, отель, культура, межкультурные коммуникации.

Tetiana E. Odarenko

Candidate of economic sciences, associate professor
Humanities and Education Science Academy (branch) of
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Nataliya A. Novikova

5th year student, «Management» specialisation
Humanities and Education Science Academy (branch) of
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE FIELD OF HOSPITALITY SERVICE IN THE CRIMEA

The article deals with the peculiarities of how conflict is initiated, as a side effect of mass service in the field of providing of tourist services. The article raises the question of the importance of hotels staff training in the discipline of intercultural communication. The distinctive features of the tourists' characteristics are analysed in the example of the Crimea, and recommendations about successful work with the tourists are suggested for hospitality employees.

Keywords: conflict, tourism, hotel, culture, intercultural communications.

Любая социальная среда не может существовать вне конфликта. Конфликт – многофакторное и многоуровневое понятие. Его природу нельзя рассматривать исключительно в негативном ключе, ведь он может оказывать положительное действие, как на участников конфликта, так и на ситуацию в целом. Положительные свойства конфликта были отмечены многими исследователями. Так, К. Маркс отмечал, что конфликт – это нормальное явление, возникающее в любой социальной среде, т.к. человеку свойственно

находиться в состоянии конфликта. Нельзя не согласиться с К. Марксом, ведь там, где нет конфликта, нет развития. Любое развитие требует противоборства сторон, потому что посредством него выявляются какие из аргументов, идей, постулатов либо целей жизнеспособны, а какие требуют серьёзной доработки и развития. Однако, есть такие отрасли человеческой жизнедеятельности, в которых конфликты могут принести значительно больше вреда, нежели пользы. Туристическая отрасль именно такая.

Туризм и его организация – это такая область деятельности, которая обусловлена постоянным и непрерывным взаимодействием субъектов предоставляемых услуг с огромным количеством объектов получения данных услуг. Сотрудники сферы гостеприимства вынуждены вступать в процесс коммуникации с потоком туристов, который состоит из людей абсолютно разных психотипов и характеров, а также разных культур. Так как туризм – это массовое обслуживание, возникновение конфликтов в нём нередко также является массовым.

Туристская отрасль – это такая отрасль, работая в которой специалисты должны быть настолько профессиональны и компетентны, чтобы не допускать возникновения спорных ситуаций, либо уметь эффективно преодолевать их с минимальными временными затратами. Важно помнить, что конфликт, произошедший в турфирме, гостинице или отеле, повлёкший за собой недовольство гостя касательно получаемых им услуг, влечёт также распространение им негативной информации о предприятии, что создаст неблагоприятный образ компании на конкурентном рынке. Это, соответственно, спровоцирует отказ от услуг и переход к конкурентам не только лица, участвующего в конфликте, но и других лиц. Вероятность такого исхода велика, и продолжает увеличиваться по мере развития сети интернет и расширения охвата им объёмов пользователей. Сегодня, благодаря таким сайтам для мониторинга и бронирования отелей, как Booking.com., Tripadvisor.ru., Hotels.com., Accorhotels.com., Octogo.ru., Agoda.com., Barcelo.com., Hotel.info., Hotelbookers.com и пр., отзыв любого клиента могут прочесть в любой стране мира, и в зависимости от этого принять решение: пользоваться ли услугами данного отеля или нет.

Очевидным является то, что именно от сотрудников гостиничного предприятия зависит возникновение конфликтогенов. В связи с этим к работникам сферы гостеприимства должны предъявляться определённые требования, наилучшим образом описанные М. А. Рындач, среди них:

- 1) умение свободно общаться с коллегами;
- 2) ощущение корпоративного духа, умение работать в команде;
- 3) осведомлённость насчёт потребностей и ожиданий всех категорий клиентов;
- 4) навык делового общения и владение невербальной коммуникацией;
- 5) опрятный и соответствующий внешний вид;
- 6) базовые знания о различии культур и умение общаться с их представителями;
- 7) толерантность [2; с. 127].

Каждый из приведённых выше компонентов является обязательным к соблюдению, если предприятие стремится к наивысшему качеству предоставления услуг и наименьшим вероятностям зарождения конфликтов. В связи с глобализацией и постепенным, но стремительным размытием границ между странами для туристов, особое внимание необходимо уделить пункту со знаниями о различии культур. Для того, чтобы качественно предоставлять услуги жителям разных стран, а, соответственно, и культур, персонал предприятия сферы гостеприимства должен обладать компетентностью в данном вопросе.

Различия культур могут быть неуловимы, но от этого не теряется их значительность. Конфликтогеном может выступить как незнание туристом традиций и культурных особенностей посещаемой им страны, так и незнание принимающей стороной традиций и культурных особенностей туристов.

Учитывая реальное положение дел в Крыму с туризмом, можно констатировать, что наиболее часто здесь можно встретить путешественников из Украины и Белоруссии, Турции

и Китая, реже – из Италии и Германии. Безусловно, все жители этих стран являются носителями разных культур (за исключением представителей Украины и Белоруссии, культура и менталитет которых всё же близки российским жителям), их особенности можно изобразить в Таблице 1.

Таблица 1. Некоторые особенности культур

| | Турция | Китай | Италия | Германия |
|-------------------------------------|--|--|---|---|
| Особенность религии либо культуры | Религия запрещает изображение человека | Ложиться спать рано и рано вставать – это часть китайской культуры. | В Италии не принято курить в общественных местах. Для итальянцев это считается дико. | Для немцев чёткость и пунктуальность является показателем уважения. |
| Необходимые меры | Необходимо проверить, нет ли таких изображений в номере. И перед тем, как сделать фото, нужно обязательно спросить. | Необходимо обеспечить тишину после 21.00, если номер не оснащён звукоизоляцией. | Необходимо оградить некурящего итальянца от любой возможности наткнуться на курящего в отеле туриста. | Нельзя допустить переноса даты заезда, изменения номера, задержку трансфера и т.п. |
| Особенности, связанные с кулинарией | Оливье для них – американский салат, винегрет – русский | В Китае существует культ еды. Если ваша гостиница предоставляет конференц-зал для переговоров делегации из Китая, ими по достоинству будет оценен кулинарный перерыв. | Завтрак для итальянцев должен быть сладким. В другие приёмы пищи должно быть подано многообразие хлебов. | Немцы часто едят картофель, но никогда при этом не используют нож. Не стоит подавать нож к картофелю. |
| Особенности в общении | Если на какое-либо предложение (чая или кофе, например) турок говорит «спасибо», это означает отказ, а не согласие, как может подумать представитель русский культуры. | Доброе утро используется лишь в короткий промежуток времени от пробуждения до завтрака. В другое время может быть принята как насмешка. Нет форм «Как дела?», «Как поживаешь?» | Не стоит спрашивать у итальянца, как он поживает. Перед этим нужно обязательно осведомиться о здоровье его детей, если таковые имеются. | Для немцев является не приемлемым общение на темы болезни, достатка и смерти. |

Составлено автором по источникам [1; 3; 4; 5].

В данной таблице собрана информация, владея которой и используя её, персонал гостиницы или отеля может предотвратить возникновение конфликтных ситуаций при взаимодействии с туристами из вышеприведённых стран. Недопонимание между «хозяевами» курорта и туристами может возникнуть на религиозной почве (как в примере с изображением человека для туристов из Турции), поведенческой (как с гостями из Италии, настрою которых можно нанести урон, если не контролировать курение на территории отеля), организационной (при возникновении неточностей в организации досуга для немцев) и культурной (пример – китайцы, которым необходим полноценный и тихий отдых с раннего вечера до раннего утра).

Гостиницам и отелям, располагающим собственным кафе или рестораном, полезно будет учитывать некоторые гастрономические особенности разных культур. Знание этих особенностей не вызовет у посетителей бурного восторга и не повлечёт за собой благодарственные речи. Их незнание, однако, может затруднить коммуникацию и оставить неприятный «осадок» у туриста от посещения того ли иного отеля.

Так, если турист из Турции желает отведать русский салат, он имеет в виду винегрет, а не оливье (вопреки ассоциации с англ. Russian salad – Оливье). Если итальянец заказывает завтрак на усмотрение официанта или администратора, он ожидает, что завтрак будет сладкий, так как итальянцы привыкли именно к таким завтракам и т.д.

Подводя итоги, необходимо отметить, что культура определяет поведение человека и показывает различия в том, как люди получают информацию из внешнего мира и как они этот мир воспринимают. Люди не осознают свою культуру до того, как сталкиваются с иностранной. Столкновение с иностранной культурой может быть источником возникновения ситуации, когда люди чувствуют себя некомфортно, это ощущение помогает им осознать культурные различия. Чтобы минимизировать такую вероятность, персонал обязательно должен владеть основами межкультурной коммуникации, знаниями о религиях и как минимум одним иностранным языком.

Литература

1. Зайдениц Ш., Баркоу Б. Эти странные немцы [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://e-libra.ru/> (Дата обращения 17.05.2017)
2. Рындач М. Основы туризма: Учебное пособие / М. Рындач; под ред. С. Смоленского. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»; Ростов н/Д: Наука-Сректр, 2012. – 204 с.
3. Солли М. эти странные итальянцы [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://royallib.com/book/> (Дата обращения 17.05.2017)
4. Фернер М. Эти поразительные турки / М. Фернер. – М.: АСТ, Астрель, 2007. – 255 с.
5. Шляхов А. Китай и китайцы. Привычки. Загадки. Нюансы [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://www.rulit.me/> (Дата обращения 17.05.2017)