

УДК: 338.48

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ СЕРВИСЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Т. Е. Одаренко, В. С. Рудакова¹

В статье рассмотрена межкультурная коммуникация в гостиничном сервисе Крыма. Выделены требования гостиниц Крыма при приеме на работу персонала. Разработаны предложения по повышению качества развития межкультурной коммуникации в гостиничном сервисе Крыма.

Ключевые слова: межкультурные коммуникации, гостиничный сервис, Республика Крым, сфера гостеприимства.

Актуальность темы. Согласно данным Министерства курортов и туризма Республики Крым поток иностранных туристов растет с каждым годом, а знания в области межкультурной коммуникации играют ключевую роль в высоком качестве обслуживания этого туриста. Таким образом, воспитание межкультурного взаимодействия гостиничного комплекса с туристами может стать приоритетом для республики на данный момент.

Межкультурная коммуникация является неотъемлемой частью не только повседневной жизни людей, но и таких сфер деятельности как политика, социология, культура и т. п. Не исключением является и туризм, поскольку его можно характеризовать как форму межкультурного взаимодействия между государствами и народами. Индустрия гостеприимства в первую очередь отражает способность страны грамотно взаимодействовать с теми или иными представителями других государств. Одним из приоритетных умений кадров в гостиничном сервисе является знание и понимание структуры поведения людей различной национальной и культурной принадлежности. Развитие этих умений, в принципе, создает благоприятный образ гостиницы, ее статус, особенно при большом проценте иностранного туриста.

Термин «межкультурная коммуникация» впервые появился в американской школе культурологии. В лингвострановедении этот термин рассматривался российскими лингвистами Е. М. Верещагиным и В. Г. Костомаровым как

¹ Одаренко Татьяна Евгеньевна — к.э.н., доцент, Институт экономики и управления Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

Рудакова В. С. — студентка 4 курса, направление подготовки 43.03.02 «Туризм», Институт экономики и управления, Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» в Ялте

«адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам». Родоначальник теории межкультурной коммуникации как учебной дисциплины в России С. Г. Минасова (2004) определяет термин межкультурной коммуникации как «...общение людей, представляющих разные культуры» [3]. Садохин А. П. пишет следующее: «межкультурная коммуникация есть совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам» [1].

Под гостиничным сервисом принято понимать систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей [4]. Сервис гостиницы включает в себя услуги, предоставляемые гостям. Данные услуги, как правило, делятся на две группы: основные (т. е. включенные в стоимость проживания) и дополнительные (оплачиваемые гостем отдельно). К основным услугам прежде всего относится проживание и питание. Дополнительные услуги могут включать в себя: пользование химчисткой, тренажерным залом, бассейном и т. д.

Межкультурная коммуникация в сфере гостеприимства понимается как грамотное обслуживание туристов, представляющих разные культуры. Роль межкультурной коммуникации в гостиничном сервисе в различных источниках рассматривается с точки зрения неразрывности межкультурного взаимодействия с обслуживанием туристов. В. Р. Стародубцев, изучая проблематику межкультурной коммуникации в сфере бизнеса, отметил, что «непонимание особенностей деловой культуры, традиций, семейных ценностей и правил поведения приводит к ряду проблем, вплоть до невозможности ведения бизнеса с тем или иным иностранным представителем» [2]. Таким образом, логично утверждать, что знания о культуре, об особенностях языка, о манерах ведения деловых переговоров и стилях поведения в повседневной жизни является основой для ведения международного бизнеса. То же самое касается и сферы гостеприимства, естественно с учетом развития въездного туризма.

Индустрия гостеприимства Республики Крым насчитывает более 800 учреждений санаторно-курортного и гостиничного типа. Последние несколько лет количество гостиниц в Крыму стремительно растет. Особенно популярны сейчас стали недорогие гостиницы и хостелы. Необходимо отметить, что при таком количестве возрастает и доля конкуренции. Именно по этой причине гостиницам необходимо выигрывать на рынке конкуренции сервисом. Причем в таких условиях под сервисом понимается не только высокий уровень обслуживания, но и особенности, чтобы привлечь туриста, превзойти его ожидания. Например, гостиница Mriya привлекает своими необычными архитектурными постройками, а также медицинским обслуживанием. В отеле «Тысяча и одна ночь» каждый вечер проводятся костюмированные вечеринки, а хостел «Комикс» привлекает гостей с

помощью необычного подхода к интерьеру, разукрасив здание и комнаты в стиле мультиков о супергероях.

Таблица 1. — Сервис обслуживания в гостиницах Крыма

Средство размещения	Сервис
Mriya Resort & SPA*****	1. Высокий уровень качества 2. Архитектура 3. Медицинское обслуживание 4. Проведение различных выставок и др. мероприятий
Отель «Тысяча и одна ночь» ***	1. Необычный интерьер 2. Большой комплекс услуг (выше трех звезд) 3. Каждые вечер проводятся необычные тематические, костюмированные вечеринки
Хостел «Комикс»	Данный хостел привлекает гостей не только стоимостью проживания, а необычным интерьером. Здания и каждая комната разукрашена в стиле мультиков про супергероев.

Умение выделяться и грамотно подходить к сервису обслуживания ставит гостиницу на лидирующую позицию. Однако, помимо этого, в сервис гостиницы также входит грамотное взаимодействие с гостями. Если это люди русской нации, то к ним нужен один подход, если иностранцы — другой. Данные умения и включают развитие межкультурной коммуникации.

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым число прибывших иностранных туристов за 2016 год увеличилось в три раза в соотношении с показателями 2015 года. То есть, если в 2014 году в связи с политической ситуацией в мире наблюдаем стагнацию относительно въезжающих иностранных граждан в Крым, то на данный момент эта проблема исчезает и на смену ей приходит дефицит знаний межкультурной коммуникации.

Компетентность персонала гостиницы в работе с иностранными гражданами составляет:

- знание языка;
- наличие образования в сфере обслуживания;
- знание культурных особенностей стран мира;
- опыт работы с представителями других стран.

Требования к сотрудникам при приеме обслуживающего персонала в гостиницах Крыма указаны в таблице 1 (наличие трудовой и медицинской книжек обязательно).

Таблица 2. — Требования гостиниц Крыма при приеме на работу

Должность	Основные требования
Администратор	Знание английского языка Опыт работы в сфере обслуживания Стрессоустойчивость Коммуникабельность
Портье	Знание английского языка (знание других языков приветствуется) Опыт работы приветствуется (но не обязателен) Стрессоустойчивость Коммуникабельность
Горничная	Физическая выносливость Стрессоустойчивость
Работники мед. Центра (в санаториях)	Медицинское образование Коммуникабельность
Работники тех. Службы	Техническое образование (среднее) Опыт работы приветствуется

Те или иные требования могут меняться в зависимости от звездности гостиницы. В данной таблице не наблюдается таких требований как: образование в сфере туризма или гостиничного дела, а также знания основных типов поведения людей различных стран. Отсюда возникают различные конфликтные ситуации между гостем и сотрудником гостиницы. Данная проблема вытекает из неправильного подхода к набору сотрудников, а также недостаточно развитой стратегии мотивации персонала. Это создает неблагоприятный облик гостиницы в глазах иностранного туриста, а корнем проблемы является недостаточная развитость межкультурной коммуникации.

Помимо знаний в область межкультурной коммуникации, касаемо гостиничного сервиса нельзя не включить вхождение на рынок региона мировых гостиничных цепей. Примерно десять лет назад мировые цепи заинтересовались Крымом. Например, такие цепи как Heliopark и Redisson SAS взяли под управление несколько гостиниц Крымского полуострова. Однако из-за политической ситуации им пришлось покинуть полуостров.

Таким образом, нами разработаны следующие предложения по повышению качества развития межкультурной коммуникации на полуострове:

1. Курсы по иностранным языкам для работников гостиницы.

Насколько известно иностранных курсов по языкам в Крыму сейчас достаточное количество. Целесообразно было бы создать курсы английского языка в сфере гостеприимства. Стоимость курсов снизилась бы за счет сужения направления, а это привлекло бы новых сотрудников. В более статусных гостиницах такие курсы можно было бы сделать обязательным условием при найме на работу.

2. Разработка программ по обмену сотрудниками между крымскими гостиницами и гостиницами других стран.

Такой опыт уже существует в мире, однако в Крыму он практически не развит. Это обусловлено, прежде всего, политической ситуацией. Однако такие страны как Куба, Босния, Северная Корея, Боливия и другие признали Крым и сотрудничество с их гостиницами возможно.

3. Курсы межкультурной коммуникации.

На сегодняшний день существуют различные курсы по экскурсионному обслуживанию, гостиничному сервису и др. А создание отдельного направления специалистов в области межкультурной коммуникации значительно поднимет уровень обслуживания иностранных туристов. Сначала можно создать курсы, продолжительностью в 3–4 месяца, а далее оценивать результаты.

4. Вхождение на крымский рынок крупных мировых гостиничных цепей.

Данное предложение носит несколько проблематичный характер из-за политической ситуации и из-за того, что большинство мировых цепей являются англо-американскими. Поэтому данное предложение стоит рассматривать с временной позиции.

Помимо этих предложений, управляющим сотрудникам гостиницы следует повысить требования к набору сотрудников, сделав знание языка обязательным для всех, кто имеет прямое отношение к гостям.

Данные предложения помогут республике Крым направить развитие межкультурной коммуникации в правильном направлении, тем более они не носят сложный характер.

Таким образом, можно сделать вывод, что роль межкультурной коммуникации в сфере гостеприимства очень велика. Она помогает сотрудникам гостиницы в первую очередь понимать туриста, помогать ему и выполнять свои обязанности на наивысшем уровне. Развитие межкультурной коммуникации в гостиницах Крыма дало бы ему возможность выйти на международный уровень. Конечно, если данному процессу будет уделяться достаточно средств и времени. Разработка программ по межкультурной коммуникации, как для персонала гостиниц, так и для крымского туристского региона является ключевым фактором в его международном развитии.

Литература

1. Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие / А. П. Садохин. — М. : КИОРУС, 2014. — 254 с.
2. Стародубцев, В. Ф. Деловое взаимодействие — путь к успеху: проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / В. Ф. Стародубцев. — М. : Экономика, 2007. — 299 с.

3. Жукова, И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации / И. Н. Жукова, М. Г. Лебедько, З. Г. Прошина, Н. Г. Юзефович; под ред. М. Г. Лебедько, З. Г. Прошиной. — М. : ФЛИНТА: наука, 2013. — 632 с.

4. Студенческая библиотека-онлайн [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://studbooks.net/662298/turizm/ponyatie_gostinichnogo_servisa_sostavlyayuschie

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN THE HOTEL SERVICE OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Odarenko T.E., Rudakova V.S.

Odarenko Tatiana Evgenievna — Ph. D., Associate Professor, Institute of Economics and management Humanities and-Education Science Academy (Branch) of V. I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Rudakova V.S. — 4th year student, training direction 43.03.02 "Tourism", Institute of Economics and management Humanities and-Education Science Academy (Branch) of V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Abstract. the article considers intercultural communication in the hotel service of the Crimea. The requirements of hotels in the Crimea for the recruitment of personnel have been singled out. The proposals for improving the quality of the development of intercultural communication in the hotel service of the Crimea have been developed.

Keywords: intercultural communications, hotel service, the Republic of Crimea, hospitality.

References

1. Sadokhin, A. P. Introduction to the theory of intercultural communication: textbook / AP Sadokhin. — М. : KIORUS, 2014. — 254 p.

2. Starodubtsev, V. F. Business interaction is the way to success: problems of intercultural communication in business and entrepreneurship: textbook / V. F. Starodubtsev. — М. : Economics, 2007. — 299 p.

3. Zhukova, I. N. Dictionary of terms of intercultural communication / I. N. Zhukova, M. G. Lebedko, Z. G. Proshina, N. G. Yuzefovich; Ed. M. G. Lebedko, Z. G. Proshina. — М. : Flint: Science, 2013. — 632 p.

4. Student library online [Electronic resource] / Access mode: http://studbooks.net/662298/turizm/ponyatie_gostinichnogo_servisa_sostavlyayuschie