

Туризм. Краеведение

УДК 338.48

Абакумова Ирина Валентиновна

Амурский государственный университет

г. Благовещенск, Россия

E-mail: abak_irina@mail.ru

Abakumova Irina Valentinovna

Amur State University

Blagoveshchensk, Russia

E-mail: abak_irina@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

FEATURES OF INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN THE SPHERE OF HOSPITALITY

Аннотация. Статья посвящена особенностям межкультурных коммуникаций, которые играют важную роль в сфере гостеприимства. Развитие межкультурных коммуникаций в гостиничном бизнесе Благовещенска требует особого внимания к деталям и глубокого понимания культурных различий между россиянами и гостями, чаще всего из Китая. Разработанные мероприятия по внедрению культурно-адаптированных практик, по обучению персонала и использованию современных технологий в гостиничном бизнесе могут существенно повысить качество обслуживания и удовлетворенность китайских туристов, что в свою очередь будет способствовать развитию туризма и экономики региона.

Abstract. The article is devoted to the features of intercultural communications, which play an important role in the hospitality industry. The development of intercultural communications in the Blagoveshchensk hotel business requires special attention to detail and a deep understanding of cultural differences. The developed measures for the introduction of culturally adapted practices, staff training and the use of modern technologies in the hotel business can significantly improve the quality of service and satisfaction of Chinese tourists, which in turn will contribute to the development of tourism and the economy of the region.

Ключевые слова: гостиничное обслуживание, межкультурная коммуникация, китайские туристы, китайская культура, языковой барьер, уровень удовлетворенности, качество обслуживания.

Key words: hotel service, intercultural communication, Chinese tourists, Chinese culture, language barrier, satisfaction level, service quality.

Межкультурная коммуникация – сложное комплексное явление, которое включает разнообразные направления и формы общения между отдельными индивидами, группами, государствами, относящимися к различным культурам. Предметом межкультурной коммуникации можно назвать контакты, протекающие на различных уровнях в разной аудитории в двухстороннем, многостороннем и глобальном аспектах [1].

Межкультурная коммуникация широко проявляется в бытовой культуре, связанной со сферой потребления. При межкультурной коммуникации партнеры принимают во внимание не только знание языка, они строят свои взаимоотношения на основе знаний культурных норм собеседника. В духовной жизни каждого общества выделяются культурные нормы, обладающие специфическими свойствами и по-разному направляющие социальную жизнь. Эти предписания, требования, пожелания создают и ожидания соответствующего поведения [2].

Туристская и гостиничная индустрия является одной из форм межкультурной коммуникации. Высокому уровню обслуживания клиентов способствует учет их национальных особенностей. Знания о культурных особенностях, традициях различных наций позволяют находить различные способы и возможности новых форм общения. Таким образом, гостеприимство при внимательном подходе способно создать устойчивую основу для плодотворной межкультурной коммуникации. Оно прививает эмпатию и чуткость по отношению к представителям различных культур.

В современном мире, где границы становятся всё более прозрачными, межкультурная коммуникация играет ключевую роль в гостиничном бизнесе. Это особенно актуально для городов, расположенных в приграничных районах – таких, как Благовещенск, где поток туристов из соседних стран, в частности из Китая, оказывает значительное влияние на экономику и культуру региона.

Развитие межкультурных коммуникаций особенно важно в контексте увеличения числа китайских туристов и бизнесменов, посещающих Амурскую область. Это требует не только знания языка и культуры, но и создания атмосферы гостеприимства и взаимопонимания.

Отели часто становятся первым местом, с которым сталкиваются иностранные гости. Поэтому важно, чтобы отели не только предоставляли комфортное проживание, но и способствовали позитивному впечатлению о регионе в целом.

Китайские туристы приносят в регион не только финансовую выгоду, но и свои уникальные культурные особенности. Для успешного взаимодействия с китайскими гостями работникам гостиничного бизнеса необходимо понимать и уважать эти особенности. Одной из ключевых концепций в китайской культуре является «мианьцзы», что означает «лицо», репутация. Это понятие включает уважение к личному статусу и достоинству человека. Персонал отеля должен проявлять особое внимание к личному пространству и статусу гостя (предоставление услуг на высоком уровне, вежливое общение, избегание ситуаций, которые могут поставить гостя в неловкое положение).

Культурные особенности китайских туристов также играют важную роль в их восприятии и оценке услуг гостиничного бизнеса. Понимание этих особенностей способствует

улучшению предоставления услуг и высококачественного сервиса, соответствующего ожиданиям и предпочтениям китайских гостей.

Китайская культура ценит гармонию и коллективизм. Гостиницы должны учитывать это, создавая общественные пространства, где гости могут собираться и общаться. Важно также предоставлять услуги, которые способствуют совместному времяпрепровождению, – например, экскурсии для групп и другие коллективные мероприятия.

Кулинарные предпочтения – важная часть культурной идентичности. Гостиницы должны обучать персонал основам китайской кулинарии и сервировки стола, необходимо включить в меню китайские блюда, приготовленные с учетом традиционных рецептов и методов, а также предоставлять информацию о местных ресторанах, которые специализируются на китайской кухне.

Адаптация услуг под культурные особенности, – например, предоставление чайников в номера для приготовления традиционного китайского чая, помогает создать более комфортную и привычную для китайских туристов атмосферу.

Немаловажен учет китайских праздников, существующих при этом традиций. Так, при организации празднования китайского Нового года, чтобы создать домашнюю атмосферу, можно украсить интерьер в стиле, близком китайской культуре, гости почувствуют себя более комфортно. Во время важных праздников и фестивалей можно предложить китайским гостям специальные акции и бонусы.

Одна из основных проблем при обслуживании китайских туристов – языковой барьер. Преодоление его – важная задача для гостиничного бизнеса, особенно в регионах с высоким потоком китайских туристов – таких, как Благовещенск. Для решения данной проблемы необходимо осуществлять следующие мероприятия:

1) проводить обучение персонала – в первую очередь обучение основам китайского языка и культуры. Это не только поможет в общении с гостями, но и покажет уважение к их культуре;

2) использовать современные технологии. Современные технологии (мобильные приложения для перевода или интерактивные информационные киоски) помогают преодолеть языковой барьер, гостиницы могут предоставить доступ к таким инструментам в номерах или общественных зонах. Разработка мобильного приложения или веб-сайта гостиницы с многоязычной поддержкой, включая китайский язык, позволит не только преодолеть культурный и языковой барьер, но и значительно повысить уровень удовлетворенности клиентов;

3) использовать визуальные средства коммуникации – информационные буклеты, меню и указатели с иллюстрациями и переводом на китайский, которые могут быть полезными для гостей, не говорящих на английском или русском языках;

4) помнить о многоязычии персонала – предоставлять переводчика или ассистента, владеющего китайским языком, это может значительно улучшить обслуживание и удовлетворенность клиентов;

5) создать эффективную систему обратной связи, которая позволит гостям выразить

свои потребности и предложения, что положительно влияет на улучшение сервиса.

Перечисленные меры помогут не только преодолеть культурный и языковой барьер, но и значительно повысить уровень удовлетворенности клиентов, что в свою очередь будет способствовать повторному посещению и положительным отзывам о пребывании в гостинице.

Межкультурные коммуникации в гостиничном бизнесе Благовещенска требуют особого внимания к деталям и глубокого понимания культурных различий. Разработанные мероприятия, внедрение культурно-адаптированных практик и обучение персонала могут существенно повысить качество обслуживания и удовлетворенность китайских туристов, что в свою очередь будет способствовать развитию туризма и экономики региона. Учет культурных особенностей китайских туристов является ключевым фактором для обеспечения их удовлетворенности и лояльности. Гостиницы, которые стремятся понять и уважать эти особенности, могут значительно улучшить качество своего сервиса и привлекательность для китайских гостей. Это не только способствует повышению уровня обслуживания, но и является важным шагом в развитии туризма и экономики приграничных районов.

-
1. Черевичко, Т.В. Теоретические основы гостеприимства: учеб.пособие. – М.: Флинта, 2008. – 288 с.
 2. Воног, В.В. Межкультурная коммуникация русского населения Сибири и китайской диаспоры: моногр. – Красноярск: СФУ, 2011. – 104 с.