

Oksana Morhulets, Doctor of Science in Economics, Professor
Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine

Olena Nyshenko, PhD in Economics
Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine

Oleg Shevchenko, PhD in Economics, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-398-9-25>

THE ROLE OF SOCIAL INTERACTION AND INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TOURISM

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ТА МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ

Розуміння та врахування культурних особливостей іноземних клієнтів та партнерів, зокрема, аспектів міжкультурних комунікацій та їх впливу на якість надання послуг є одним із важливих чинників розвитку української індустрії гостинності, зокрема, туристичного сектору на міжнародному ринку. В контексті глобалізації та розвитку міжнародного туризму, міжкультурні комунікації в туристичній діяльності стають доречними та актуальними. Забезпечення ефективного спілкування між туристами та персоналом готелів, ресторанів та інших підприємств галузі гостинності стає вирішальним для забезпечення високоякісного обслуговування та створення позитивного туристичного досвіду. Освіченість в питаннях культурних відмінностей та їх різноманітти сприяє зменшенню культурних конфліктів та налагодженню гармонійного взаєморозуміння з клієнтом. Адаптація процесу надання послуг до потреб клієнтів різних культур та розуміння їх очікувань стає ключовим стратегічним аспектом підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, що в свою чергу позитивно впливає на їх репутацію та рівень задоволеності клієнтів.

Міжкультурна або крос-культурна комунікація в туристичній діяльності – це процес обміну інформацією, ідеями, переконаннями та емоціями між представниками різних культур в контексті туристичного середовища. Цей вид комунікації враховує культурні відмінності, що існують між туристами, персоналом готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших учасників туристичного процесу [1].

Мета міжкультурної комунікації в туризмі – сприяти ефективному взаєморозумінню та створенню соціальних відносин між клієнтом і обслуговуючим персоналом, забезпечити комфорт та задоволення туристів різних національностей, а також підтримувати позитивні міжкультурні відносини в туристичному середовищі.

В туристичному бізнесі міжкультурні комунікації відіграють ключову роль у створенні соціальної взаємодії між особами та групами, що представляють різні культури. Можна виокремити такі основні функції міжкультурних комунікацій в туристичній діяльності [2–4]:

1) покращення взаєморозуміння між людьми різних культур, що включає в себе розуміння культурних контекстів, традицій і цінностей, допомагає уникнути непорозумінь та конфліктів;

2) забезпечення ефективною взаємодією між туристами та працівниками сфери обслуговування – готельно-ресторанної та туристичної індустрії;

3) стимулювання розвитку поваги до культурного розмаїття, створення позитивного середовища для обміну культурним досвідом та вивчення нових аспектів різних культур;

4) покращення міжкультурних відносин в бізнесі. В туристичному бізнесі крос-культурні комунікації допомагають підприємствам вивчати та розуміти різні ринки, адаптувати свої продукти та послуги до потреб різних культур, що сприяє успішному розвитку на міжнародному рівні;

5) зменшення культурних стереотипів та упереджень. Усвідомлення особливостей крос-культурних комунікацій допомагає зменшити стереотипи та упередження, тим самим забезпечуючи можливість людям сприймати та розуміти різноманіття культур;

6) сприяння розвитку туристичної індустрії. У сфері туризму розуміння крос-культурних комунікацій забезпечує комфорт туристів, їх безпеку та задоволення від нових культурних вражень.

Разом з тим, соціальні відносини через крос-культурні комунікації в туристичній діяльності часто є неефективними через бар'єри, які виникають в наслідок необізнаності в культурних особливостях, незнанні мов, традицій та їх неоднозначному сприйнятті в різних країнах та серед різних груп туристів. Серед основних комунікаційних крос-культурних проблем можна виокремити [1]:

– мовні бар'єри – незнання мов часто викликає непорозуміння та ускладнення взаємодії між туристами та місцевим населенням або обслуговуючим персоналом. Також недоліки в перекладі можуть призводити до втрати суттєвої інформації та неправильного сприйняття культурних особливостей;

– культурні розходження – різниця в культурних нормах, цінностях, етиці. Туристи можуть не розуміти місцеві звичаї, або

навпаки, місцеві можуть сприймати деякі дії туристів як образливі чи неприйнятні, що може викликати конфлікти та непорозуміння;

- стереотипи та упередження. Туристи можуть мати певні стереотипи про культуру того місця, яке вони відвідують, що може впливати на їхню поведінку та сприйняття. З іншого боку, місцеві можуть мати упередження до туристів, проявляти надмірну увагу та неусвідомлений вияв неповаги до них чи їх традицій;

- недостатня підготовка персоналу в сфері гостинності до взаємодії з представниками різних культур може призвести до невірної сприйняття потреб та очікувань туристів, що може впливати на якість обслуговування;

- різниця в сприйнятті якості обслуговування в закладах розміщення та харчування. Інтернаціональні клієнти можуть мати різне розуміння та очікування щодо якості обслуговування. Також, різні стандарти обслуговування можуть впливати на взаємодію з персоналом;

- загальнодержавні проблеми. Для туристичної галузі важливо мати ефективну державну політику розвитку туризму, яка включає управління крос-культурними взаємодіями. Відсутність такої політики може призвести до недоцільного розвитку туристичної інфраструктури та неефективної взаємодії з іноземними гостями.

Вирішення цих проблем вимагає розвинених стратегій управління культурною різноманітністю, навичок міжкультурного спілкування та усвідомленості учасників туристичного процесу щодо культурних особливостей та різниць.

Отже, покращення крос-культурних комунікацій в туристичній діяльності важливе для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб різних культурних груп. Пропонуємо кілька шляхів, які можуть сприяти удосконаленню крос-культурних комунікацій в туризмі.

По-перше, доцільно організувати для персоналу та адміністрації туристичних підприємств спеціальні тренінги з міжкультурної освіти та комунікації. Це допоможе зрозуміти різницю в культурах, етикеті та сприйнятті сервісу.

По-друге, обов'язковою і постійною має стати іншомовна підготовка. Забезпечення персоналу, особливо того, хто працює безпосередньо з клієнтами, достатнім рівнем іншомовної компетентності є запорукою порозуміння. Це може включати вивчення основних фраз, що найчастіше використовуються у сфері гостинності, різними мовами.

По-третє, розробка та адаптація послуг, що враховують культурні відмінності. Це може включати в себе меню з різноманітним страв, розміщення з урахуванням традицій та особливостей різних культур, а також інші аспекти обслуговування туристів.

По-четверте, використання сучасних технологій для покращення комунікації та розробка культурно-чутливих маркетингових стратегій, які враховують особливості різних культурних груп.

Отже, соціальні відносини та міжкультурні комунікації відіграють ключову роль в туристичній діяльності, що сприяє взаєморозумінню та позитивній соціальній взаємодії з іноземними туристами, покращує якість туристичних послуг та рівень задоволеності клієнтів. Це в свою чергу призводить до розвитку міжнародного туризму, позитивного споживчого досвіду та лояльності іноземних туристів до України.

Література:

1. Моргулець, О., Нищенко, О., & Шевченко, О. (2023). Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності: проблеми та шляхи вирішення. *Економіка та суспільство*, (57).

2. Атаманчук З. А. (2022). Вплив крос-культурних комунікацій у міжнародному туризмі на дифузію інновацій між країнами. *Економіка і організація управління*. 1 (45). С. 59–66.

3. Jack, G., Phipps, A. and Barrientos Arriaga, O. (2020) Intercultural communication in tourism. In: Jackson, J. (ed.) *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication. 2nd Edition*. Series: Routledge handbooks in applied linguistics. Routledge: Abingdon, Oxon; New York, NY. P. 535–554.

4. Dujmović M., Vitasović A. (2022). Importance of social interaction and intercultural communication in tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment. Sustainable Tourism X*. Vol. 256. P. 77–83.