

## **ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕСТИНАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ СВЯТОПОЛК-ЧЕТВЕРТИНСКИХ**

Республика Беларусь является уникальным туристическим направлением с богатым культурным и историческим наследием. Наряду с известными туристическими достопримечательностями существует множество малоизвестных дестинаций, которые имеют потенциал для развития туристического потока. В данной работе мы дадим оценку таким малоизвестным туристическим местам на примере усадьбы Святополк-Четвертинских в г. Желудок Щучинского района Гродненской области.

Проект дворца создал Владислав Маркони — известный на тот момент потомственный архитектор. Созданную им усадьбу относят к стилям модерн и необарокко. Имение очень быстро расширялось, но в 1939 г. усадьба была передана заводу, в результате чего она начала приходить в упадок.

Для оценки туристического потенциала усадьбы Святополк-Четвертинских можно применить различные методы. Одним из наиболее эффективных является SWOT-анализ, который помогает выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, связанные с объектом.

**Сильные стороны:** уникальная архитектура, богатая история и живописная местность.

**Слабые стороны:** непрезентабельный вид, отсутствие прямого доступа к объекту, ограниченная информация об объекте в электронных ресурсах.

**Возможности:** проведение реконструкции объекта, что в дальнейшем станет импульсом для развития данного места и его узнаваемости.

**Угрозы:** конкуренция среди других туристических дестинаций, экономические кризисы.

Одной из перспектив развития являются реставрация и сохранение усадьбы. На протяжении многих лет на месте когда-то роскошной усадьбы находятся лишь руины, которые продолжают разрушаться под воздействием времени и климатических условий. Восстановление усадьбы может привлечь туристов и исследователей, создать новые рабочие места и открыть возможности для организации выставок и культурных мероприятий. Кроме того, создание официальной страницы усадьбы позволит регулярно информировать аудиторию о событиях, выставках и других культурных мероприятиях. Немаловажным

также будет сотрудничество с туристическими организациями, которые могут способствовать привлечению большего внимания со стороны населения. Например, партнерство с местными гостиницами и ресторанами может создать комплексные предложения для туристов, предлагая им туры, включающие проживание, питание и экскурсии в усадьбу, в то время как участие в туристических выставках и ярмарках поможет установить контакты с другими организациями в сфере туризма и привлечь внимание СМИ.

Оценка туристического потенциала усадьбы Святополк-Четвертинских показывает, что, несмотря на существующие проблемы, данная дестинация обладает значительным потенциалом для развития туризма. Важно продолжать исследовать предпочтения туристов и адаптировать стратегии продвижения в соответствии с изменениями на рынке.

### **Источник**

Усадьба Четвертинских в поселке Желудок // Официальный сайт о туризме в Беларуси. — URL: <https://www.belarustourism.by/blog/usadba-chetvertinskikh-v-poselke-zheludok/> (дата обращения: 22.11.2024).

*СНИЛ «Тураналитик»*

**В. А. Бурунова, А. В. Сманцер**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — О. В. Толкач*

## **КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Кросс-культурный менеджмент в туристической сфере является одной из ключевых областей, особенно в контексте современного глобализированного мира. Беларусь, обладая уникальным культурным наследием и природными ресурсами, стремится развивать международный туризм как важную составляющую своей экономики. Однако для успешного функционирования туристической индустрии необходимо эффективно взаимодействовать с различными культурными группами, что требует навыков кросс-культурного менеджмента. Белорусские компании довольно часто нанимают на работу иностранных сотрудников, такая практика помогает повысить результативность работы всей команды. Умение управлять и взаимодействовать с командами, состоящими из людей различных культур, является одной из ключевых задач современных менеджеров. В Беларуси, как и в любой другой стране, есть свои уникальные культурные особенности. Менеджеры в сфере туризма должны быть осведомлены о том,