

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,

какие культурные традиции и обычаи характерны для местных жителей, а также для разных групп туристов. Это знание помогает избежать недопонимания и конфликтов, а также способствует созданию комфортной атмосферы для обмена.

Кросс-культурный менеджмент включает в себя обучение работников туристической отрасли. Сотрудники должны быть готовы к взаимодействию с международными туристами, учитывая их культурные особенности и ожидания. Например, различия в языке, способах общения и привычках могут существенно повлиять на качество обслуживания. Важно проводить тренинги по культурной осведомленности и развитию навыков межкультурной коммуникации.

Менеджеры должны уметь адаптировать свои туристические продукты и услуги в соответствии с запросами и ожиданиями разных культурных групп. Это включает в себя как язык, так и содержание экскурсионных программ, гастрономические предложения, организацию мероприятий и сезонность. Например, для большей части европейцев популярны отпуска в летнее время, в то время как для жителей Востока выгоднее планировать путешествия в другие поры года. Для более глубокого понимания культурных различий и их влияния на поведение людей в бизнесе можно использовать 6D-модель Хофстеде (дистанцированность от власти, обособленность, напористость, избегание неопределенности, стратегическое мышление, допущение). Она позволяет организациям лучше адаптироваться к международной среде и эффективно взаимодействовать с партнерами из различных культур. Как пример, Marriott применяет кросс-культурные тренинги для своего персонала, основываясь на модели Хофстеде.

Применение кросс-культурного менеджмента в туристической индустрии Республики Беларусь является необходимым инструментом для успешного привлечения международных туристов и обеспечения их комфорта. Развитие навыков кросс-культурного взаимодействия станет залогом успеха туристической отрасли в Беларуси в будущем.

Источники

1. *Стеканова, В.* Кросс-культурные коммуникации в деловом туризме: как не оскорбить иностранного партнера и гарантировать положительный результат встречи / В. Стеканова // Ассоциация Бизнес Туризма. — URL: <https://businessstravelrussia.ru/news/news-abt/kross-kulturnye-kommunikatsii-v-delovom-turizme-kak-ne-oskorbit-inostranogo-partnera-i-garantirovat/> (дата обращения: 23.11.2024).

2. Типология культурных измерений Хофстеде // Википедия. — URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Типология_культурных_измерений_Хофстеде (дата обращения: 23.11.2024).