

психологического насилия), забота о себе (спорт, хобби, общение с позитивно настроенными людьми, создание поддерживающей среды).

Профилактика моббинга — комплексный подход, направленный на создание здоровой рабочей атмосферы, предупреждение возникновения конфликтов и обеспечение психологической безопасности всех членов коллектива. Отнесем в этот пункт следующие факторы: позитивная атмосфера в коллективе (корпоративные мероприятия, командный дух, взаимопомощь), развитие культуры коммуникации (обучение эффективным способам решения конфликтов, тренинги по коммуникативным навыкам), контроль за соблюдением трудовой дисциплины (правила поведения, предупреждения и наказания), обратная связь (опросы сотрудников, анкетирование, беседы) и осведомительная работа (информирование сотрудников о моббинге, его проявлениях, последствиях и способах противодействия). В заключение важно отметить, что моббинг — серьезная проблема, которая может иметь тяжелые последствия для жертвы, поэтому принимать меры по его предупреждению и прекращению нужно сразу же.

Источник

1. Моббинг (социология) // Википедия. — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Моббинг_\(социология\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Моббинг_(социология)) (дата обращения: 25.11.2024).

М. А. Герасимович, О. А. Дорофеева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. А. Варвашеня, канд. экон. наук

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Изменения, от цифровизации и глобализации до перемен в потребительских предпочтениях и технологических прорывов, глубоко влияют на принципы и практики менеджмента. Влияние этих трендов проявляется в необходимости адаптации к новым условиям, переосмыслении традиционных стратегий и внедрении инновационных подходов, особенно если это касается глобальных брендов. Бренд-менеджмент постоянно эволюционирует и изменяется, каждый год приносит с собой новые вызовы для компаний и маркетологов. Тренды в брендинге 2025 г. не исключение из правил. Они несут с собой свой набор инноваций, стратегий и подходов, которые будут определять успех продвижения брендов на ближайший период. Под влиянием быстрой эволюции технологий, изменения потребительского поведения и глобальных социокультурных трендов бренды вынуждены постоянно адаптироваться и искать новые способы привлечения

внимания аудитории. Чтобы быть впереди конкурентов, выделяться на рынке, маркетологам важно быть в курсе последних тенденций в бренд-менеджменте, чтобы активно применять их в практике.

В настоящее время на развитие менеджмента влияют две тенденции: интернационализация и глобализация. Процесс интернационализации сопровождается расширением географии рынков, на которых ведется туристический бизнес, и охватывает все мировое пространство. Процесс глобализации характеризуется преобладанием международных соглашений над внутренними национальными соглашениями хозяйствующих субъектов. Глобализация — это высокий уровень развития интернационализации, который вносит большой вклад в развитие человечества. У этого процесса две стороны: с одной стороны, он оказывает положительное влияние и помогает повысить экономическую эффективность предприятий, с другой — усиливает монополизацию в странах.

Одним из главных трендов в 2025 г. является фокус на благополучии сотрудников. Мировые туристические компании осознают, что поддержка физического и психологического здоровья персонала не только улучшает качество их жизни, но и напрямую влияет на их продуктивность и снижает текучесть кадров. Внимание к психологическому здоровью становится обязательной частью корпоративной культуры. Гибридная модель работы, сочетающая элементы удаленной и офисной деятельности, позволяет гибко адаптироваться к изменяющимся условиям и предоставляет сотрудникам больше свободы в организации рабочего времени.

Цифровизация бизнеса. Этот тренд обусловлен необходимостью адаптации к быстро меняющемуся технологическому ландшафту и стремлением туристических компаний оставаться конкурентоспособными на рынке. Современным компаниям стоит уделять больше внимания культурным и социальным аспектам своей работы, стремясь создать инклюзивную корпоративную культуру, внедряя социальные программы, направленные на улучшение условий труда и поддержку разнообразия.

Искусственный интеллект меняет подход к управлению персоналом и кадровым службам. ИИ-решения применяются для оптимизации внутренних бизнес-процессов, что позволяет повысить эффективность работы без необходимости увеличения числа сотрудников. По данным участников конференции по нейросетям, продуктивность с использованием искусственного интеллекта увеличивается на 43 %.

Таким образом, современные изменения, происходящие в мире, заставляют компании адаптировать стратегии развития бренд-менеджмента, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. Компании должны внедрять технологии, развивать гибкость и инновации, поддерживать сотрудников и создавать устойчивые бизнес-модели.