

к производству и обращению на основе проверки способности организации производить и поставлять доброкачественную продукцию; предотвращение и профилактику попадания на рынок недоброкачественной продукции; развитие саморегулирования.

Как показывает опыт передовых стран мира, национальная продовольственная система находится под влиянием факторов, связанных с такими тенденциями развития рыночного хозяйства, как использование биотехнологий, сокращение потребности человеческого капитала, ускорение формирования рынка, изменение характера и объемов производства, распределение и перераспределение продовольствия между странами и регионами планеты. В качестве системообразующего фактора для системы продовольственной безопасности страны (региона) следует рассматривать его агропромышленный комплекс (АПК).

Источник

1. Богатырев, А. Н. Научный подход к обеспечению продовольственной безопасности / А. Н. Богатырев // Пищевая промышленность. — 2016. — № 7. — С. 12–15.

И. И. Рифицкая, канд. психол. наук, доцент
irina.rifitskaya@mail.ru
БГЭУ (Минск)

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СПЕЦИАЛИСТА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Ресторанно-гостиничный бизнес — это та ниша, в которой коммуникативная компетентность работников выходит на первый план, выступает в качестве ключевого условия достижения высокого уровня сервисного обслуживания. Развитие коммуникативной компетентности персонала способствует не только плодотворному межличностному взаимодействию в профессиональном общении, формированию и поддержанию позитивного имиджа организации, но и эффективному продвижению услуг на рынке. Под коммуникативной компетентностью А. Н. Леонтьев понимает совокупность коммуникативных умений, а именно: владеть социальной перцепцией, или «чтением по лицу»; понимать, а не только видеть, т.е. адекватно моделировать личность собеседника, его психическое состояние и иное по внешним признакам; «подавать себя» в общении с членами коллектива; оптимально строить свою речь в психологическом плане (умение речевого общения, речевого и неречевого контакта с окружающими) [1].

К основным коммуникативным компетенциям персонала в сфере гостеприимства необходимо отнести следующие:

- навык понимания потребностей гостей — умение отличать потребность от запроса, задавать уточняющие вопросы, способность определить наиболее приоритетные мотивы гостя;
- умение вести диалог — слушать и слышать собеседника, контролировать объем своей речи, умение поддержать беседу на разные темы;
- навыки презентации товаров и услуг — умение четко и убедительно преподнести информацию, принимая во внимание потребность гостя;
- работа с возражениями — умение сотрудника правильно понять мотивы гостя, выявить истинную причину возражения, найти способ его нивелировать и отстоять интересы компании легко и непринужденно с уважением к гостю;
- умение сказать «нет» — тренируемый навык отказа при сохранении дальнейших доброжелательных отношений;

- построение отношений на перспективу — способность поддерживать стиль общения, приятный для гостя, создание системы действий, которые приводили бы к взаимоотношениям в дальнейшем;
- инициативность — фактор, благодаря которому сотрудник может предложить новые идеи, обозначить ошибки, довести до реализации новые замыслы на благо компании;
- управление конфликтными ситуациями — навык поиска причин и способов устранения конфликта, применение техник гашения конфликта [2–4].

Источники

1. Минаева, С. В. Социально-профессиональная коммуникативная компетентность: современные факторы и проблемы, стадии, средства и среда формирования коммуникативной компетентности / С. В. Минаева, В. В. Николаева, Е. Ю. Пузырева // Социальные отношения. — 2018. — № 2 (25). — С. 31–43.
2. Райли, М. Управление персоналом в гостеприимстве : пер. с англ. / М. Райли. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 191 с.
3. Саак, А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. — СПб. : Питер, 2010. — 356 с.
4. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие / А. В. Сорокина. — М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. — 500 с.

Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент
nina.savina.2012@mail.ru
 БГЭУ (Минск)

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СЛОУ-ГОРОДОВ БЕЛАРУСИ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Slow travel (слоу-туризм или медленный туризм) — вид путешествий, основой которых является изучение новой страны или ее определенных дестинаций, направленный на знакомство с культурой и бытом этноса, понимание и бережное отношение к познаваемой истории и культуре, окружающей действительности в целом. Идея slow travel постоянно видоизменяется, адаптируясь к запросам современных путешественников.

Считается, что медленный туризм возник в древности, когда отсутствие технического прогресса не позволяло перемещаться со скоростью, присущей современным путешественникам. Рассматривается также предположение о зарождении слоу-туризма в XIX в., поскольку в этот период европейские писатели популяризировали не скорость путешествия, а способность установления межкультурных связей людей. На современном этапе slow travel тесно связывают с возникновением термина slow food (в 1989 г. в Италии журналист и президент Slow Food Карло Петрини выдвинул слоган «Мы не хотим быструю еду, мы хотим медленную»).

Сегодня встречаются также термины slow life, обозначающий движение, связанное с сохранением окружающей среды, рациональным распределением ресурсов человека и окружающей природы, и slow living, обозначающий культуру замедленного ритма жизни, стремление сфокусироваться на чем-то значимом, научиться чувствовать удовольствие от того, что делаешь.

Набирая в настоящее время популярность, культура медленного образа жизни включает различные направления: медленное питание, медленное старение, медленное искусство, медленное воспитание, медленное образование, медленное путешествие, медленный город и др. Наиболее привлекательны для слоу-туристов «медленные города». В Беларуси это малочисленные города, бывшие местечки, в которых и творилась история