

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тези

**77-ї наукової конференції професорів,
викладачів, наукових працівників,
аспірантів та студентів університету**

ТОМ 2

16 травня – 22 травня 2025 р.

ОСОБЛИВОСТІ КРОСКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ТУРИЗМІ

У сучасних умовах менеджерам підприємств індустрії гостинності дедалі частіше доводиться співпрацювати з партнерами, колегами та працівниками з різних країн, соціалізація яких відбувалася в іншому культурному та історичному середовищі, нерідко суттєво відмінному від культури самого управління.

Такі міжкультурні взаємодії нерідко супроводжуються непорозуміннями, конфліктами та труднощами у спілкуванні, що зумовлює потребу в глибшому розумінні моделей поведінки представників різних культур, які працюють у межах однієї організації.

Для досягнення ефективної кроскультурної комунікації менеджеру необхідно бути гнучким, обізнаним щодо культурних відмінностей, типових стереотипів, норм поведінки, а також мати знання в галузі соціології, психології, культурології, лінгвістики тощо.

Національна культура, як система загальноприйнятих цінностей, норм і переконань, що поділяються більшістю громадян певної країни, значною мірою впливає на:

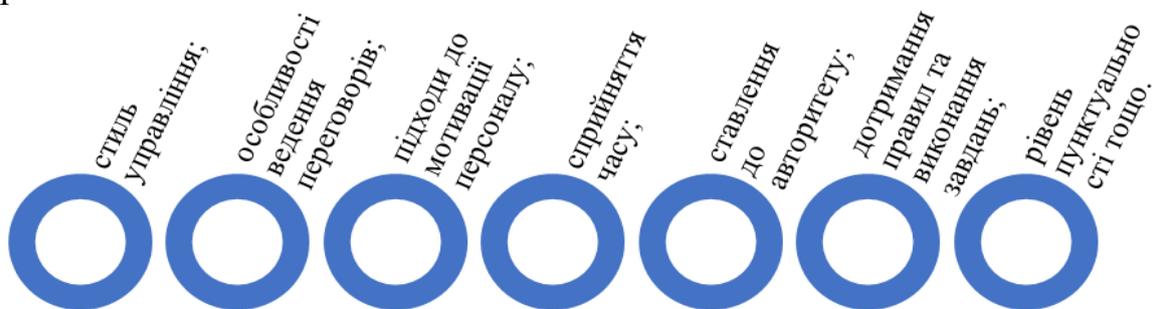


Рис.1. Елементи впливу національної культури [1]

До ключових культурних особливостей, які визначають поведінку людини, належать:

- індивідуалізм або колективізм;
- моноактивність, поліактивність чи реактивність;
- універсалізм чи партикуляризм;
- емоційна чи нейтральна культура;
- високий або низький контекст спілкування;
- орієнтація на досягнення або соціальний статус.

Прояви етноцентризму – тобто визнання власної культури єдиною правильною та нав'язування її стандартів представникам інших культур – є неприйнятними в ефективному міжкультурному управлінні.

Підвищення ефективності міжкультурної комунікації у сфері туризму є важливим чинником для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб туристів з різних культурних середовищ. Для цього можна запропонувати кілька напрямів удосконалення.

Перш за все, доцільно впроваджувати спеціалізовані навчальні програми та тренінги з міжкультурної взаємодії для співробітників та керівників туристичних організацій.

Друге – це постійний розвиток мовної компетентності персоналу. Особливо важливо, щоб працівники, які безпосередньо контактують з туристами, володіли хоча б базовим рівнем іноземних мов, що найчастіше використовуються у сфері гостинності.

Третій напрям – адаптація послуг із урахуванням культурних особливостей гостей.

Четвертий крок – формування мультикультурного колективу, що сприятиме кращому розумінню потреб гостей та створенню атмосфери культурної толерантності в колективі.

П'яте – активне використання сучасних цифрових технологій, таких як мобільні застосунки, віртуальні екскурсії та інші інноваційні інструменти для полегшення комунікації між туристами та персоналом.

Шостий напрямок – систематичний аналіз зворотного зв'язку від туристів.

Сьомий – впровадження маркетингових стратегій, орієнтованих на культурну чутливість [2].

Отже, в умовах глобалізації різко збільшення міжнародних економічних зв'язків, відповідно зростає кількість компаній, що працюють в міжнародному середовищі.

Література:

1. *Александрова С.А. Кроскультурний менеджмент в індустрії гостинності / Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. "Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг" Львів: Растр-7, 2016. С.298-300.*

2. *Моргулець О. Б. Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності: проблеми та шляхи вирішення. Економіка та суспільство. Випуск №57, 2023 р. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view>*