

КРОС-КУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Корсак Р.В., д-р іст. наук, проф.
Гуштан Т.В., д-р екон. наук, проф.
Ужгородський національний університет,
м. Ужгород, Україна

Сучасний крос-культурний менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі адаптується до глобалізації та культурної різноманітності, що посилюється. У даний час галузь стикається з рядом нових завдань та можливостей, пов'язаних з культурними відмінностями гостей та персоналу [2, с. 252-270].

Перша важлива тенденція – формування мультикультурних команд, які стають стандартом для багатьох готелів і ресторанів. Такий підхід дозволяє включати до колективу співробітників із різними культурними та мовними навичками, що покращує якість обслуговування гостей з різних країн. Наприклад, знання місцевих звичаїв, переваг та менталітету дозволяє персоналу знаходити індивідуальний підхід до клієнтів [1, с. 1-10].

Друга тенденція – підвищення уваги до культурних уподобань гостей. Сучасні готелі та ресторани враховують культурні та релігійні особливості при створенні меню, організації простору та розробці послуг. Визнання таких культурних особливостей підвищує лояльність клієнтів та зміцнює репутацію закладу як гнучкого та орієнтованого на потреби гостей [4, с. 187-196].

Третя тенденція — навчання персоналу крос-культурної компетентності, щоби співробітники могли професійно спілкуватися з клієнтами різних культур. Такі тренінги вчать повазі до культурних відмінностей, допомагають уникати непорозумінь, розвивають навички емпатії та розуміння. Це особливо важливо у ситуаціях, коли неправильна інтерпретація слів чи жестів може призвести до конфліктів. Такі навчання наголошують на важливості терпимості та гнучкості у спілкуванні з представниками різних культур [5, с. 42-47].

Четверта тенденція – використання технологій для подолання мовних та культурних бар'єрів. Розвиток перекладацьких додатків та багатомовних систем обслуговування дозволяє клієнтам та персоналу краще розуміти один одного. У готелях, наприклад, активно використовують цифрові інформаційні панелі, багатомовні сайти та програми для замовлення послуг. Це дає можливість гостям отримувати інформацію та робити замовлення рідною мовою, що полегшує їхню

взаємодію з сервісом та покращує загальний досвід перебування [4, с. 187-196].

П'ята тенденція – створення корпоративної культури, що базується на культурному розмаїтті та інклюзивності. Готелі та ресторани, які прагнуть створити відкриту та інклюзивну атмосферу, підтримують рівні умови для співробітників з різних культур, що сприяє їхній комфортній роботі. Такі організації впроваджують принципи інклюзивного управління, які визнають та підтримують культурні відмінності, наголошуючи на повазі та відкритості [1, с. 1-10].

Таким чином, сучасні тенденції крос-культурного менеджменту у готельно-ресторанній сфері сприяють створенню міжнародно-орієнтованого та гнучкого середовища, в якому культурні відмінності розглядаються як актив. Цей підхід допомагає покращити якість обслуговування, мінімізувати непорозуміння та зміцнити репутацію бізнесу. Впровадження крос-культурної комунікації та інклюзивних принципів роботи з персоналом підвищує стійкість та конкурентоспроможність готелів та ресторанів в умовах глобального ринку та євроінтеграції [3, с. 78-84].

Список використаних джерел

1. Gattario K. H., Frisén A., Teall T. L., Piran N. Embodiment: Cultural and gender differences and associations with life satisfaction. *Body Image*. 2020. 353. p. 1–10.
2. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph*. Poland: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 3. P. 252–270.
3. Hushtan T., Korsak R. The Role of State Support in the Development of the Hotel and Restaurant Business in the Context of Crisis Phenomena and Eurointegration Processes. *Baltic Journal of Economic Studies*, Vol. 10. No. 2, 2024. P. 78-84.
4. Savic D. D. A., Dariescu M. Cross-Cultural Management Within the Hospitality Industry. *Pius, Trends and Issues in International Planning for Businesses*. 2020. P. 187-196.
5. Shangui H., Hefu L., Shuqin Z., Guoyin W. Proactive personality and cross-cultural adjustment: Roles of social media usage and cultural intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*. Vol. 74. 2020, P. 42-57.