

Belarus keeps a big percentage in postcrossers and sent postcards. We rank 9th by members and 8th by the amount of sent postcards. Through postcrossing many people all around the world have heard about Belarus for the first time.

But all in all postcrossing doesn't show the difference of cultures – postcrossing unites.

Being a postcrosser, one can see its value and benefits clearly. On the one hand this is the way to get acquainted with people of different nations and cultures, to learn something about the places you have never heard of.

Postcrossing makes one think about Belarusian culture. Holding an unwritten postcard in the hands, reading the profile of the postcrosser you are going to send the postcard to, you begin to think: what interesting facts about Belarus might be of interest for this particular person. This makes you be aware of some special things which are innate to our country.

Also postcrossing is a brilliant way to improve English, as it is the main language of the project. It is especially interesting to learn some new colloquial phrases from the native speakers.

Of course postcrossing can't substitute real communication, but it is a good way to receive greetings from Thailand or the Republic of South Africa. If you are interested in other countries and nations, why not take up postcrossing?

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.postcrossing.com/>.
2. Интернет-адрес: <http://vk.com/club9110431>.
3. Интернет-адрес: <http://www.ctv.by/новости/посткроссинг-беларусь-занимает-восьмое-место-в-мировом-рейтинге-по-количеству-отправленных>.

BENCHAMARKING ALS WERKZEUG DES QUALITÄTSMANAGEMENTS

Н. А. Бельская

Ziel der forschung: benchmarking als managementmethode und mittel der qualitätssteigerung zu erforschen, die anwendung von benchmarking am beispiel zu zeigen.

Tourismus ist ein Bereich, bei dem viel Wert auf die Qualität der Dienstleistungen gelegt wird. Davon hängen die Zufriedenheit der Kunden und der Erfolg der Unternehmen ab. Um langfristig erfolgreich zu bleiben und immer an der Spitze zu sein, werden die Unternehmen immer stärker gezwungen, ihre Arbeitsabläufe effektiver zu gestalten. Benchmarking ist hierfür ein Managementwerkzeug zur kontinuierlichen Suche nach Verbesserungsmöglichkeiten. Aufgrund des steigenden Wettbewerbs in der Tourismuswirtschaft kann Benchmarking für touristische Organisationen und Unternehmen, die im Tourismusbereich tätig sind, nützlich sein.

Benchmarking ist eine Managementmethode, mit der sich durch zielgerichtete Vergleiche unter mehreren Unternehmen das jeweils beste als Referenz zur Leistungsoptimierung herausfinden lässt. Dazu ist es notwendig, durch den Vergleich bessere Methoden und Praktiken zu identifizieren, sie zu verstehen, an die eigene Situation anzupassen und zu ergänzen.

Der oberste Grundsatz von Benchmarking ist daher: Lernen von den Besten!

Benchmarking 5-Phasen-Modell.

Phase 1: Auswahl der Benchmarking-Objekte.

Hierbei geht es darum, das eigene Unternehmen mit dem Ziel zu analysieren, die strategisch richtigen Objekte für das Benchmarking-Projekt auszuwählen. Sie identifizieren also die wichtigsten Problembereiche, die mittels eines Benchmarkings verbessert werden sollen. Hier stellt sich also die Frage: Was soll „gebenchmarkt« werden?

Phase 2: Auswahl des Benchmarks.

In dieser Phase geht es um die Auswahl der Vergleichspartner, mit denen das Unternehmen sich selbst vergleichen und von denen es lernen kann. Hier geht es also vor allem um die Frage: Mit wem vergleichen wir uns?

Phase 3: Durchführung der Studie.

Hier kommt es zum Vergleich zwischen den Benchmarkingpartnern. Hier müssen also vor allem die Fragen gestellt werden: Wo liegen die Leistungslücken? Woraus bestehen sie?

Phase 4: Maßnahmen.

Die ersten drei Phasen dienen dem Erwerb von Wissen, während nun das gewonnene Wissen in Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt wird.

Phase 5: Umsetzung.

Bei der Umsetzung der Maßnahmen ist darauf zu achten, dass das Gelernte nicht kopiert, sondern adaptiert wird. Das Ziel ist, die Geschäftsprozesse, Methoden, Produkte oder Dienstleistungen entscheidend zu verbessern.

Damit ein Benchmarking-Projekt von Anfang an den Erfolg hat, ist es wichtig, einige Hinweise zu beachten. Meiner Ansicht nach sind die wichtigsten davon:

1. Klare Zielformulierung für Vorhaben.
2. Klare und eindeutige Definition der Fragestellungen und Kennzahlen.

Eine der wichtigsten Dienstleistungen im Tourismusbereich ist die Transportdienstleistung. Deshalb möchte ich den Benchmarking-Prozess am Beispiel der Fluggesellschaften Lufthansa und Belavia untersuchen. Als Vergleichsobjekte wählte ich zwei Flüge Minsk-Frankfurt der beiden Fluggesellschaften. Für die Durchführung des Benchmarkings habe ich als Kennzahlen einige Bestandteile des Flugs vorgeschlagen.

Die Kriterien wurden in sieben Gruppen aufgeteilt. Das sind:

1. Beschreibung des Flugs (angenehme Abflugzeit, Flugdauer, Möglichkeit von Anschlussflügen) **2. Buchung und Kauf des Tickets** (Online-Kauf, elekt-

ronisches Ticket, Kundenservice in den Verkaufsbüros); **3. Preise und Tarife** (Flexibilität der Preispolitik, Sondertarife); **4. Check-In** (Online, SB Terminals, Vorabend-Check-In, Gepäcktransport); **5. Komfort am Bord** (Sauberkeit des Fluggastrausms, bequeme Sitzplätze); **6. Bedienung am Bord** (Kleidung des Personals, Servicekultur, Verpflegung am Bord); **7. Flugsicherheit**.

Für die Bewertung verwende ich eine Skala von 0 bis 3 (0: ist nicht vorhanden 1: befriedigend, 2: gut, 3: ausgezeichnet). Jede Kennzahl wird entsprechend ausgewertet. Die Vergleichskriterien werden in einer Grafik dargestellt.

Aus dieser Grafik (der Bild 1) geht hervor, bei welchen Kriterien sich die beiden Fluggesellschaften unterscheiden. Nach der Analyse der Ergebnisse habe ich einige Verbesserungsmaßnahmen vorgeschlagen:

3. Die Erarbeitung einer flexiblen Preispolitik. Die Anspornung zur Frühbuchung.

4. Die Schaffung von Online-Check-In. Die Errichtung von Selbst-Check-In-Terminals.

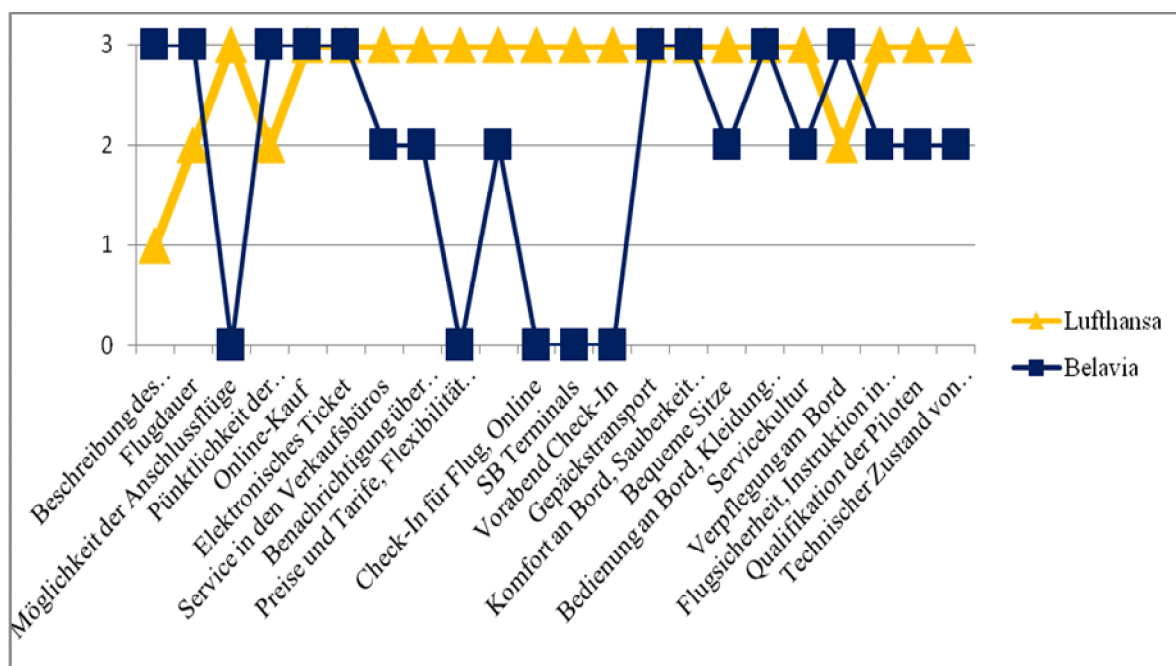
5. Die Ausarbeitung eines Motivationsprogramms für die Mitarbeiter.

6. Die technische Modernisierung des Fluggastrausms.

7. Die periodische Fortbildung und Eignungsprüfung des Personals und der Piloten.

8. Die Verbesserung von Umgangsformen und Standards des Kundendienstes am Bord.

Der Abschluss von Partnerverträgen z.B. mit der Deutschen Bahn (DB) und anderen europäischen Flug- und Bahngesellschaften.



Der Bild 1. Die Kriterien der Fluggesellschaften

Zusammenfassend kann man feststellen, dass der Vorteil von Benchmarking offensichtlich ist. Die wichtigsten Benchmarkingsmerkmale sind: 1. es vergleicht Unternehmensbereiche und Unternehmen; 2. es beurteilt eigene Stärken; 3. es verbessert eigene Schwächen; 4. es legt Unternehmensziele fest; 5. es verbessert und festigt die Wettbewerbsposition.

Литература

1. Erfolgreiches Benchmarking: Lernen von den Besten. L. Salonen, S. Kaldschmidt, G. Herz. Cornelsen Verlag Scriptor.
2. Pocket Power: Benchmarking – Leitfaden für die Praxis. G.Siebert, S. Kempf, O. Maßalski. Carl Hanser Verlag München.
3. Benchmarking und dessen Anwendbarkeit zur Messung der Dienstleistungsqualität. Egon Ostermann.
4. Offizielle Web-Seite der Fluggesellschaft Lufthansa. Das Regime des Zuganges: <http://www.lufthansa.com/online/portal/lh/de/homepage>.
5. Offizielle Web-Seite der Fluggesellschaft Belavia. Das Regime des Zuganges: <http://belavia.by/order/>.
6. Vorgehensweise beim Benchmarking. Das Regime des Zuganges: <http://www.benchmarkingforum.de/benchmarking-grundlagen.html>.
7. Vorgehensweise beim Benchmarking. Das Regime des Zuganges: <http://www.business-wissen.de/>
8. Ist Benchmarking ein brauchbares Werkzeug für Führungskräfte?. Das Regime des Zuganges: <http://www.experto.de/b2b/unternehmen-maerkte/ist-benchmarking-ein-brauchbares-werkzeug-fuer-fuehrungskraefte.html>.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕИ СВОБОДЫ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ США

Г. В. Гвоздева

Концепт свободы является определяющим в культуре США и проникает во все сферы жизни американского народа. За долгие годы идея свободы получила свое обрамление в политической, социальной, экономической идеологии – либерализме. В основе американского либерализма лежат следующие фундаментальные принципы: принцип свободы слова, свободомыслия, свободы совести, свободы убеждений, вероисповедания, воли, социальной свободы, свободы объединений, передвижений, экономической свободы, художественной и научной свободы. Данные принципы определяют характер жизни и поведения американцев, оказывают самое непосредственное влияние на культуру США.

Идея свободы существует бок о бок с творческой деятельностью американской нации, т. е. искусством. Несмотря на то, что в выборе творческих методов, идей, приемов, средств, художественных пространств, художественного рынка, художники опираются на принцип свободы творчества, на