

Пути совершенствования процесса реализации функций менеджмента в практике управления ГУ «ЦентрКурорт»

*Лащенов А. А., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Аношко Я. И.,
канд. геол.-мин. наук, доц.*

Грамотная реализация функций менеджмента обеспечивает достижение целей организации, способствует положительной тенденции в динамике экономической эффективности предприятия. Поэтому совершенствованию процесса управления должно уделяться достаточное внимание.

Наиболее распространенным для туристической индустрии является дифференциация функций менеджмента на функции планирования, организации, мотивации и контроля. Каждая из этих функций жизненно важна для предприятия. Вместе с тем планирование как функция управления обеспечивает основу для других функций и считается самой главной из них, а функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выполнение тактических и стратегических планов предприятия.

В ГУ «ЦентрКурорт» довольно хорошо поставлен процесс краткосрочного, оперативного и стратегического планирования, но, тем не менее, ему присущи свои недостатки, ввиду чего руководство предприятия зачастую сталкивается с такой проблемой как невыполненный план. Во избежание этого необходимо делать поправку на динамику экономических, политических и социально-демографических факторов внешней среды туристического предприятия. Причем плановая деятельность обязательно должна быть тесно связана с маркетингом и контролем. Для осуществления этого необходим максимально тщательный анализ всех экономических и управленческих показателей предприятия в увязке с предыдущими плановыми периодами.

Маркетинговая деятельность ГУ «ЦентрКурорт» играет важную роль в управленческом исследовании организации. После выбора основных стратегических направлений действий предприятия необходимо их конкретизировать через планирование программы маркетинга. Также при осуществлении маркетинговой стратегии необходимо сделать акцент на продвижение бренда ГУ «ЦентрКурорт» и услуг, оказываемых им населению, в сети Интернет — Интернет-маркетинг (одно из наиболее перспективных направлений маркетинга).

Для совершенствования процесса организации в ГУ «ЦентрКурорт» эффективным будет создание кадрового отдела либо введение должности менеджера по кадрам, занимающегося подбором, расстановкой и обучением персонала. Это обусловлено высокой текучестью кадров на данном

предприятия. Ситуация усугубляется непрерывным потоком проходящих практику в ГУ «ЦентрКурорт» студентов ВУЗов и ССУЗов. Необходимо также наладить совместную работу маркетингового отдела и отделов внутреннего, въездного, выездного туризма и отдела пассажирских перевозок. Это наиболее актуально для динамично развивающихся туристических направлений, изменение предложения которых среди партнеров, а порой и самой организации, под силу уследить лишь самим специалистам.

Совершенствование функции мотивации будет являться решающим фактором, влияющим на экономические результаты деятельности предприятия. Этому может содействовать грамотно построенная система мотивации, включающая в себя как материальные, так и нематериальные факторы. В реальной жизни мотиваторами выступают размеры надбавок (в частности, за выслугу лет) и объекты скрытой мотивации — мотивации временем. Этого явно недостаточно, в связи с чем встает вопрос индивидуальных надбавок с объемов продаж, которые перечисляются к заработной плате сотрудников без учета себестоимости рабочего труда. Что касается нематериальных форм мотивации, то особое внимание стоило бы уделить построению собственной организационной культуры предприятия, которую в данный момент можно отнести к типу «собираателей колосков», где все держится исключительно на авторитете руководителя.

Несмотря на то, что за многолетнюю практику работы в ГУ «ЦентрКурорт» выработана система контроля, достаточно хорошо выполняющая возложенные на нее функции, крайне необходимо внести некоторые изменения. Во-первых, необходимо изменить форму контроля над работой персонала. На предприятии 2–3 раза в неделю собираются 30–50-минутные планерки, на которых анализируется проделанная работа менеджеров. В свою очередь материальная заинтересованность работников выступала бы большим мотиватором и побуждала персонал самостоятельно искать недостатки в своей работе, а также пути их исправления. Помимо этого для совершенствования процесса контроля над персоналом организации следует ввести его периодическую аттестацию, которая определяет уровень профессиональных знаний работника, его личностный потенциал. На основании ее результатов выявляются слабые стороны профессиональной деятельности работника, показывается направление, в котором ему следовало бы «подтянуть» свои знания, улучшить свои личностные качества. К тому же результаты аттестации стали бы неплохим подспорьем в присвоении квалификаций персоналу организации.

Перспективы развития воздухоплавания на тепловых аэростатах в Беларуси

*Маршина Т. С., студ. II к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Мозговая О. С.*

В Беларуси полеты на тепловых аэростатах (воздушных шарах) начали активно организовываться только в начале двадцать первого столетия. Сегодня же этот вид туризма развивается довольно медленными темпами, несмотря на то, что в целом экстремальные виды туризма с каждым годом становятся популярнее, особенно среди молодежи. Автором был проведен социологический опрос, который позволяет оценить возможность увеличения спроса со стороны молодежи на данный вид туризма.

Опрос, участниками которого стали 50 человек, был проведен среди молодежи. Респонденты ответили на вопросы о том, хотели бы они осуществить полет на тепловом аэростате; какую сумму были бы готовы заплатить за час полета; знают ли они какие-нибудь туристические предприятия, занимающиеся организацией полетов; где они бы хотели осуществить полет. Анализ проведенного опроса показал, что 13,3% респондентов не желают осуществлять данные полеты вовсе, из которых 6,65% обосновали это тем, что они боятся высоты. Оставшиеся 86,7% опрошенных изъявили желание осуществить данный полет. Следует отметить, что 53,8% согласившихся готовы заплатить за час полета до 50 тыс. бел. руб.; 28,3% — до 100 тыс. бел. руб.; 12,8% — до 150 тыс. бел. руб. и 5,1% были готовы заплатить до 600 тыс. бел. руб. за час полета на одного человека. На вопрос о туристических предприятиях, занимающихся организацией полетов, ни один опрошенный не дал положительного ответа. Для 47 % респондентов наиболее интересными местами для посещения стали регионы, в которых располагаются озера и болота; для 44 % не играло роли наличие определенного маршрута; а для 8,8 % интерес представляла такая местность, как Минск и его область, Брест и Брестская область, Лида и Мир.

В дополнении к полученным данным была проанализирована и другая информация. Таким образом, действующими организаторами полетов являются ГСОК «Логойск», ОО «Гродненский Аэроклуб» и ООО «Мерцана». В ГСОК «Логойск» на 09.07.2010 организация полетов на тепловом аэростате стоила 250 долл. США за корзину, то есть 83,3 — 125 долл. США на человека (полет проходит над Логойском) [1]. А по словам одного из экскурсантов в Гродненском Аэроклубе стоимость полета для двух человек (на 08.07.2010) — 750 тыс. бел. руб., то есть по 375 тысяч на каждого (что составляет примерно 125 долл. США по курсу НБ РБ на 08.07.2010) [2].