

В озерах преобладает кремнеземистый тип сапропеля, запасы которого в республике составляют 1720 млн м³, или 64 % от общих. Особенно велика доля кремнеземистого сапропеля в озерах Гомельской, Витебской и Минской областей – 76, 73 и 39 % соответственно. Незначительный объем занимает органический сапропель – 20 % от общего, малый – смешанный (9 %) и карбонатный (7 %). Следует отметить, что в озерах Брестской и Могилевской областей органический сапропель преобладает в типологической структуре запасов и составляет 72,3 млн м³ (60 % общих запасов по области) в первой и 13,8 млн м³ (47 %) во второй области. В озерах Гродненской области преобладает карбонатный сапропель – 40 % общих ресурсов или, 39,3 млн м³.

Состав ресурсов сапропеля на торфяных месторождениях более сбалансирован по типам [6, 7]. Если рассматривать всю территорию республики, то на кремнеземистый сапропель приходится 32 % общих ресурсов сапропелевого сырья под торфом, на органический – 29, карбонатный – 27 и смешанный – 12 %. Ровный типологический состав объясняется большим содержанием органического вещества в погребенном сапропеле Витебской области, имеющем преимущественно торфянистый генезис, и наличием повышенных количеств карбонатного материала. Равномерное распределение кремнеземистого, органического и карбонатного типов сапропеля отмечается на торфяных месторождениях Могилевской и Минской областей. Для погребенного сапропеля Брестской и особенно Гродненской области характерно заметное преобладание карбонатного типа. На территории последнего региона выявлена идентичность в соотношении типов сапропеля озер и торфяных месторождений, что нехарактерно для остальных областей. В Гомельской области, как в озерах, так и под торфом, явно преобладает кремнеземистый сапропель – 45 % общих ресурсов, а на торфяных месторождениях Витебской области основным типом сапропеля является органический, запасы которого составляют около 260 млн м³, или 36 % общих запасов.

В последние годы выполнена детальная разведка, и в Республиканской комиссии по запасам полезных ископаемых утверждены запасы сапропеля в четырех озерах: Прибыловичи Лельчицкого района, Буевское Лиозненского, Вальверово Поставского и Святое Рогачевского района. Месторождения перспективны для производства и применения лечебных грязей в Витебском и Гомельском регионах [5].

1. Инструкция по использованию сапропелевых лечебных грязей для оздоровления и санаторно-курортного лечения / Б.В. Курзо [и др.]. – Минск, 2008. – 32 с.

2. СТБ 17.04.02-01-2010. Охрана окружающей среды и природопользование. Недра. Сапропель. Промышленно-генетическая классификация. – Минск: Госстандарт, 2010. – 6 с.

3. Особенности формирования вещественного состава сапропеля органического типа в репрезентативных озерах различных регионов Беларуси / Б.В. Курзо [и др.]. // Природопользование. – Минск, 2012. – Вып. 21. – С. 183–191.

4. Антонов, И.П. Основные итоги и перспективные вопросы лечебного использования сапропелевых грязей / И.П. Антонов, Э.С. Кашицкий, И.С. Сикорская // Проблемы использования сапропеля в народном хозяйстве: тез. докл. III Республ. науч. конф., Минск, 2–3 июня 1981 г. / АН БССР. – Минск: Наука и техника, 1981. – С. 146–148.

5. Курзо, Б.В. Научно-прикладные исследования в области генезиса, ресурсов и освоения месторождений сапропеля Беларуси / Б.В. Курзо, О.М. Гайдукевич, В.К. Жуков // Природопользование. – Минск, 2012. – Вып. 22. – С. 57–66.

6. Курзо, Б.В. Закономерности формирования и проблемы использования сапропеля / Б.В. Курзо. – Минск: Бел. наука, 2005. – 224 с.

7. Курзо, Б.В. Классификация сапропелевых залежей при освоении минеральных ресурсов озер / Б.В. Курзо, В.И. Ярцев // География в XXI веке: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч. конф., Минск, 4–8 окт. 2004 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: П.С. Лопух [и др.]. – Минск, 2004. – С. 34–35.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Герасимович Л.М.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Проблема совершенствования стилей руководства в нашем изменяющемся мире очень важна, ведь только мы приспосабливаемся к определенным условиям, как они тут же изменяются. Наиболее

ранним подходом к оценке стиля управления был взгляд, основанный на оценке личных качеств. Согласно личностной теории лидерства, также известной под названием теории великих людей, лучшие из руководителей обладают определенным набором общих для всех них личных качеств (уровень интеллекта, знания, впечатляющая внешность, честность, здравый смысл, инициативность, социальное и экономическое образование и высокая степень уверенности в себе). Однако изучение только личных качеств дало противоречивые результаты. Обнаружилось, что «человек не становится руководителем только благодаря тому, что обладает некоторым набором личных свойств», а «структура личных качеств руководителя должна соотноситься с личными качествами, деятельностью и задачами его подчиненных». В дальнейшем возник другой, поведенческий подход, который создал основу для более точного определения: стиль управления это относительно устойчивая система способов, методов и форм практической деятельности менеджера, привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, нацеленная на влияние и побуждения их к достижению целей организации. Степень, до которой руководитель делегирует свои полномочия, типы власти, используемые им, и его забота, прежде всего, о человеческих отношениях или о выполнении задачи отражает стиль руководства, характеризующий данного лидера. Но и такой подход оказался неполным. Дальнейшие исследования показали, что в эффективности руководства значительную роль играют ситуационные факторы, которые, например, включают потребности и личные качества подчиненных, характер задания, требования и воздействие среды, имеющуюся у руководителя информацию. На практике это означает, что руководитель-лидер должен по-разному вести себя в различных ситуациях.

Таким образом, тему данной статьи можно считать актуальной, так как в туризме наиболее важен человеческий фактор и выбор правильного стиля управления определяет работоспособность туристического предприятия.

Управление представляет собой не что иное, как настраивание других людей на труд (Ли Якока, американский менеджер). Социальное управление есть непрерывный процесс воздействия руководителя (субъекта управления) на организованную группу людей или на кого-либо из этой группы в отдельности (объект управления) по организации и координации их совместной деятельности для достижения наилучших результатов. Система управленческих отношений опирается на два социально-психологических феномена: собственно управление, то есть целенаправленное воздействие на определенный объект, и подчинение, то есть восприимчивость и подверженность целенаправленному воздействию субъекта воздействия. Исследователи выделяют три типа подчинения:

- строптивное подчинение: работник воспринимает подчинение как вынужденное и внешне навязанное отношение. Для него характерно слабое понимание мотивов подчинения и долга;
- равнодушное подчинение: работник вполне удовлетворен своим положением, ибо это освобождает его от принятия ответственных решений; исповедуется принцип «пусть думает начальник»;
- инициативное подчинение: работник осознает необходимость подчинения, чувство долга у него переходит в привычку, но не заглушает инициативу. В основе такого типа подчинения лежит критическая оценка руководителя и признание его авторитета [4].

Эффективность процесса управления определяется тем, кто конкретно и как руководит. Всегда актуальны проблемы индивидуального стиля управления: здесь и голое администрирование, и попытки выступить в роли некоего просителя, и стремление за напускной грубостью скрыть свое неумение управлять людьми. Опыт показывает, что низкая управленческая культура серьезно сказывается на всей жизнедеятельности организации. Одним из важных условий успешного выполнения стоящих перед организацией задач является наличие определенных личностных и деловых качеств руководителя, а также выбор оптимального стиля управления. Во всяком деле 80 % успеха зависит от руководителя и только 20 % – от подчиненных [3]. Руководство и лидерство – эти понятия имеют различия:

Руководство есть процесс правового воздействия, осуществляемый руководителем на основе власти, данной ему государством или группой (в случаях, если руководитель избирается).

Лидерство есть процесс психологического влияния одного человека на других при их совместной жизнедеятельности, который осуществляется на основе восприятия, подражания, внушения, понимания друг друга. Лидерство есть чисто психологическая характеристика поведения определенных членов группы. Лидерство основано на принципах свободного общения, взаимопонимания и добровольности подчинения.

Таким образом, управленческую деятельность в широком смысле слова может осуществлять не только руководитель, но и лидер [8].

Сущностное отличие управленческой деятельности от других форм человеческой активности состоит в принятии социально значимых, затрагивающих интересы множества людей решений и ответственности за их правильность и эффективность перед собственником. Разрешение противоречия между общими и частными характеристиками управленческой деятельности, а также влияние личностных качеств руководителя на механизм принятия решений выражается понятием «стиль управления».

Стиль руководства – это относительно устойчивая система способов, методов и форм практической деятельности менеджера. Кроме того, под стилем управления понимают манеру и способ поведения менеджера в процессе подготовки и реализации управленческих решений.

Стиль руководства – явление строго индивидуальное, определяемое специфическими характеристиками конкретной личности и отражающее особенности работы с людьми и технологию принятия решения именно данной личностью.

Традиционной (классической) является классификация стилей, в которой выделяются авторитарный (автократический), демократический и либеральный стили.

Для авторитарного стиля характерна централизация власти в руках одного руководителя, требующего, чтобы о всех делах докладывали только ему. Этому стилю присущи ставка на администрирование и ограниченные контакты с подчиненными.

Демократический стиль руководства основан на том, что подчиненные участвуют в принятии решений и разделяют ответственность. Менеджер, использующий преимущественно демократический стиль, стремится как можно больше вопросов решать коллегиально, систематически информировать подчиненных о положении дел в коллективе, правильно реагирует на критику.

Руководитель с либеральным стилем руководства практически не вмешивается в деятельность коллектива, а работникам предоставлена полная самостоятельность и возможность индивидуально и коллективного творчества (таблица).

Несмотря на существенную разницу в данных стилях управления, нельзя выделить среди них абсолютно эффективный или неэффективный, так как все зависит от ситуации, в которой они применяются. Не существует «плохих» или «хороших» стилей управления. Конкретная ситуация, вид деятельности, личностные особенности подчиненных и др. факторы обуславливают оптимальное соотношение каждого стиля и преобладающий стиль руководства. Изучение практики руководства организациями свидетельствует, что в работе эффективного руководителя в той или иной степени присутствует каждый из трех стилей руководства [9].

Таблица – Сравнительная характеристика стилей управления

Характеристика	Стиль		
	авторитарный	демократический	либеральный
Принцип управления	Централизация полномочий	Децентрализация полномочий	Невмешательство
Вид решений	Единоличные	Коллегиальные	Коллективные
Степень организованности	Детальная организация работ	Гибкая организация работ	Слабая организация работ
Делегирование полномочий	Делегируются исполнительские задачи	Делегируются общие задачи	Делегируются задачи и ответственность
Вид контроля со стороны руководителя	Контроль исполнения	Контроль результата	Контроль практически отсутствует
Вид распоряжений	Приказ	Указание	Просьба
Авторитет	Формальный	Реальный	Отсутствует

Каждый из указанных стилей «в чистом виде» встречается очень редко. Гибкость руководителя и заключается в том, чтобы использовать преимущества каждого стиля и применять его в зависимости от особенностей ситуации.

Ни один стиль управления не может считаться лучше других во всех случаях. В каждом конкретном случае действия руководителя должны определяться конкретной ситуацией. Хорошим окажется менеджер, который сумеет использовать возникшую ситуацию. Для этого необходимо хорошо знать способности подчиненных, их возможности для выполнения поставленной задачи, свои полномочия. В процессе выполнения задачи может измениться ситуация, и это потребует изменить способы воздействия на подчиненных.

Общей рекомендацией для предприятий индустрии гостеприимства и вообще для организаций, стремящихся повысить свой уровень культуры управления, сделать его более демократичным, может быть проведение диагностики и анализа корпоративной культуры, определение степени контроля менеджмента предприятия над культурой, описание методов и инструментов, используемых для управления ей.

1. Гольдштейн, Г.Я. Основы менеджмента: учеб. пособие / Г.Я. Гольдштейн. – 2-е изд., доп. и перераб. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 145 с.

2. Мак-Нейр, Ф. Заставьте их работать! Или простые истины эффективного управления / Ф. Мак-Нейр. – М.: Добрая книга, 2006. – 56 с.

3. Малашенко, В.И. Менеджмент туристского предприятия: учеб.-практ. пособие / В.И. Малашенко. – Минск: БГЭУ, 2007. – 165 с.

4. Суетенков, Е.Н. Основы менеджмента: учеб. пособие / Е.Н. Суетенков, Н.И. Пасько. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2005.

5. Федцов, В.Г. Менеджмент. Комплексный подход: учеб. пособие для высш. учеб. заведений / В.Г. Федцов, А.В. Федцова. – М.: Приор, 2005.

6. Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск: Новое знание, 2002. – 336 с.

7. Режим доступа: <http://5ballov.qip.ru/referats/preview/90054/29/referat-osobennosti-stilya-upravleniya-rukovoditelya-v-sovremennyih-usloviyah>.

8. Режим доступа: <http://examen.od.ua/shpora/page175.html>.

9. Режим доступа: <http://psyfactor.org/personal/personal117-17.htm>.

10. Режим доступа: <http://www.myvdele.ru/businessowners/advice/6821/>.

SM-МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Гусарова О.А., канд. пед. наук, доцент,

Конопляник Е.И.,

Белорусский государственный университет физической культуры,

Республика Беларусь

В среднем раз в десять лет возникает радикально новая технология, которая фундаментально меняет ландшафт бизнеса. В каждом таком случае, вне зависимости от динамики предыдущей конкуренции, те бизнесы, которые понимают новые технологии и могут к ним адаптироваться, выигрывают, а те, кто не понимает и не адаптируется, – проигрывают.

Интернет стремительно социализируется, и именно это является главным трендом современной онлайн-среды. На сегодняшний день существуют десятки тысяч самых разных социальных сетей и сервисов: коммуникационных, новостных, профессиональных, графических, блоговых, видео- и многих других. И, тем не менее, ежедневно в этой нише появляются новые проекты. Суммарная аудитория социальных площадок превышает миллиард пользователей и по некоторым оценкам в ближайшее время обгонит аудиторию поисковых систем [1].

Существует великое множество людей, которые выходят в Интернет исключительно для того, чтобы общаться в социальных сетях. И это уникальная аудитория, которую больше нигде нельзя найти – ни на тематических порталах, ни в поисковиках. Для таких пользователей их излюбленная социальная сеть стала абсолютным синонимом интернета: здесь они общаются, знакомятся, смотрят видео, слушают музыку, ищут информацию, читают новости и статьи, совершают покупки.