

В качестве резюме, в заключительной части хотелось бы отметить заметную параллель между прошлым и настоящим развития Сочи. Так, сегодня наблюдается очередной «бум» по покупке земельных участков и строительству недвижимости. Сочи все чаще становится культурным и спортивным центром страны (творческие фестивали, конкурсы, спортивные состязания и т. д.). Более того, Сочи все отчетливее превращается в деловой и политический центр, где часто проводятся переговоры, в том числе и международного уровня. И вместе с тем Сочи – это единственные в России субтропики, база для научных исследований. Однако сегодня, как и раньше сдерживающим фактором развития курортной зоны выступает недостаточный уровень развития сервиса, энергетической инфраструктуры и транспортных коммуникаций.

Сочи: страницы прошлого и настоящего. Иллюстрированный сборник статей (Музей истории города-курорта Сочи). – Сочи: Деловой Сочи, 2003. – 231 с.

САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

О.Н. Битяй,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Известный американский исследователь Питер Друкер в одной из своих работ отмечает, что в новое время одной из важнейших задач научного менеджмента становится проблема управления на уровне одного человека, т. е. самоменеджмент. Человек является одним из важнейших ресурсов организации, ведь благодаря его личному совершенствованию развивается и предприятие, на котором он работает. Также можно утверждать, что эффективность менеджмента и эффективность деятельности специалистов как основы предприятия напрямую влияют на повышение потребительской стоимости, а следовательно, и конкурентоспособности фирмы. Следовательно, можно отметить, что самоменеджмент – перспективное и актуальное направление в научном менеджменте. Оно возникло благодаря потребностям общества и призвано повысить эффективность деятельности человека на основе достижения его личных и профессиональных целей.

Для туристических предприятий Республики Беларусь данная проблема в настоящее время, на наш взгляд, также имеет принципиально важное значение.

В настоящее время, когда материальные активы больше не являются главным источником конкурентного преимущества, их роль переходит к нематериальным активам, прежде всего, к таким как знания. Самоменеджмент – современное направление, возникшее в середине 90-х годов и относящееся к области управленческих знаний. Под данным термином принято понимать последовательное и целенаправленное использование руководителем (специалистом и т. д.) испытанных методов и практических приемов работы в повседневной деятельности для повышения эффективности выполняемых процедур и операций, достижения намеченных целей. На самом деле в настоящее время существуют различные подходы к определению понятия «самоменеджмент». Так, первый подход предполагает, что самоменеджмент направлен на формирование и развитие профессиональных навыков менеджера. Другой подход ограничивает понимание предмета теми навыками, которые вытекают из структуры повседневных управленческих действий руководителя (умение вести деловые переговоры, принимать решения и т. д.). Существует также подход к определению самоменеджмента с точки зрения его отдельных направлений: эффективного управления временем, самоорганизацией, саморазвитием и другое.

В развитии самоменеджмента, безусловно, просматривается взаимосвязь с эволюцией общей теории менеджмента. При этом наибольшее влияние на становление и формирование теории самоменеджмента оказала школа человеческих отношений, теории лидерства и ситуационный подход.

Школа человеческих отношений получила свое развитие благодаря таким ученым, как, например, Мэйо и Макгрегор, которые считали, что индивидуальные особенности каждого сотрудника не должны противоречить организационным требованиям, а напротив, эффективно взаимодействовать с ними. Ситуационный подход внес в научный менеджмент понимание многообразия возможных оценок и подходов, правильность которых зависит от конкретной рассматриваемой ситуации, особенностей внешней среды. Теория лидерства, а именно личностный подход, утверждает, что лидером можно стать, развивая личностные качества. Самоменеджмент также представлен различными концепциями, которые рассматривают отдельные его звенья с различных сторон. Наиболее известными из них являются следующие: концепция Л. Зайверта, который впервые ввел понятие «самоменеджмент» и определил основные его функции; концепция Вудкока и Френсиса, построенная на идее ограничений; концепция Андреева, выделяющая творческий потенциал сотрудников; концепция А. Хроленко, основанная на идее культуры деловой жизни; концепция Карпичева и Варламова, определяющая основные цели самоменеджмента и другие.

Самоменеджмент приобретает особое значение для сферы туризма, поскольку руководители (сотрудники) турфирм в силу специфики бизнеса особенно нуждаются в приобретении навыков управления самим собой. К специфическим чертам туристического бизнеса следует отнести такие, как динамичность развития, глобализация, высокий уровень конкуренции, сезонность работы, ненормированный рабочий день, чаще всего, небольшой размер фирм, большая зависимость результатов деятельности предприятий туристической индустрии от «человеческого фактора», специфичность требований к специалисту в туристической компании.

К сожалению, в туристическом бизнесе Республики Беларусь в настоящее время не уделяют должного внимания данному научному направлению. Возможно дело в том, что решение проблемы перспективного развития нашей страны находится в прямой зависимости от скорости преодоления отживших стереотипов и предрассудков прошлой традиции, очевидной является необходимость проведения новой культурной политики, которая должна быть реализована путем внедрения современных гуманитарных технологий. Новые условия, в которых мы живем, требуют новых подходов. Нам необходимо научиться жить в современном мире, т. е. в системе координат, составляющими которой выступают такие понятия как риск, соревновательность, неопределенность, негарантированность результата, соперничество, конкуренция. С этой точки зрения самоменеджмент можно рассматривать как эффективную инновационную гуманитарную технологию.

Динамичное развитие теории и практики менеджмента, повышение уровня неопределенности внешней среды, обуславливают необходимость дальнейшего исследования отдельных направлений менеджмента, и в частности самоменеджмента, с учетом специфики индустрии туризма.

1. Андреев, В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. – М.: Нар. образование, 1995.
2. Бурманн, К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия / К. Бурманн // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 323.
3. Важаева, Н. Где учиться директору? / Н. Важаева // Пять звезд. – 2004. – № 4.
4. Вудкок, М. Раскрепощенный менеджер: Для руководителя-практика / М. Вудкок, Д. Френсис. – М.: Дело, 1991.
5. Галенко, В.П. Менеджмент / В.П. Галенко, А.И. Рахманов, О.А. Стахова. – СПб.: Питер, 2003.
6. Друкер, П.Ф. Энциклопедия менеджмента / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2004.
7. Каплан, Р.С. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Р.С. Каплан, П.Д. Норгон. – М.: ЗАО Олимп – Бизнес, 2004.
8. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации / С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес-школа "Интел-синтез"», 2000.

ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.Н. Гаврилович,

Гомельский государственный медицинский университет,
Республика Беларусь

Интенсивное развитие туризма сопровождается усилением роли туристического бизнеса – деятельности, связанной с организацией всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в целях отдыха, удовлетворения познавательных интересов или в профессионально-деловых в местах временного пребывания. Особая роль в этом принадлежит туристическим организациям, являющимся субъектами туристической деятельности. По своей сути они являются посредниками между поставщиками туристических услуг (гостиницами, ресторанами, транспортными компаниями и т. д.) и потребителями (туристами, являющимися в соответствии с Законом о туризме участниками туристической деятельности) [1].

Туристические организации относят к основным производственным единицам туризма. Их роль проявляется в возможностях:

а) активного воздействия на средства размещения, объекты общественного питания, транспортные организации и другие составляющие туристической индустрии в плане повышения качества предоставляемых услуг и приспособления их деятельности к отдельным видам туризма;

б) влияния на потоки посетителей в отдельные туристические дестинации, обеспечения более равномерного распределения посещаемости по всем территориям, пригодным для туризма, а также распределения посещаемости по времени в целях уменьшения воздействия фактора сезонности и оптимального использования туристической инфраструктуры;

в) пропаганды туризма, привлечения к участию в путешествиях широких слоев населения.

С точки зрения туриста значение деятельности туристических организаций заключается:

а) в экономии времени путешествующих, поддержании постоянной связи и кооперации с поставщиками туристических услуг, знании различных факторов, влияющих на организацию туризма (паспортно-визовые и таможенные формальности, связь, транспорт и т. д.), создании предпосылок для того, чтобы туристические