

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛАРУСИ

Одним из факторов, оказывающих действие на конкурентоспособность санаторно-курортных организаций Республики Беларусь, традиционно является проблема в сфере управления персоналом. До периода проведения активных реформ, который начался в 2004 г., санаторно-курортное хозяйство Республики Беларусь рассматривалось как часть системы здравоохранения, а процесс управления санаторно-курортными и оздоровительными организациями осуществлялся согласно принципам управления медицинскими учреждениями, использовалась устаревшая система управления персоналом [1].

Проблема недостаточно эффективного управления персоналом состоит в прямой взаимосвязи с содержанием и качеством предлагаемого продукта. Это связано с тем, что мало внимания уделяется услугам размещения, питания, развлечения и их качеству.

В настоящее время многие организации сталкиваются с проблемой нерационального использования рабочего времени. Опоздания, отлучки со своего рабочего места, уход ранее установленного срока, прогулы, а также решение личных вопросов в рабочее время, что представляет собой недисциплинированность персонала, оказывают пагубное влияние на эффективность труда, от чего напрямую зависит эффективность деятельности предприятия. Нерациональное использование рабочего времени приводит к таким негативным последствиям, как выгода, упущенная вследствие низкой производительности труда; нарушение норм поведения, установленных в организации, снижение мотивации персонала.

Целесообразно выделить следующие пути решения данной проблемы: анализ использования рабочего времени, регулирование трудовых отношений, профилактика рабочих стрессов, нейтрализация деструктивных конфликтов, контроль над исполнением технологических процессов. Все эти методы являются продуктивными, но наиболее эффективны следующие. В первую очередь будет целесообразно ввести на предприятиях санаторно-курортного профиля систему контрольно-пропускного режима, которая помимо обеспечения безопасности в организации приведет к дисциплинированию персонала, так как будет учитывать время прихода/ухода. Исходя из этого необходимо разработать положение о премировании и штрафах, что приведет к материальному стимулированию работников. Введение пропускной системы является эффективным решением, так как она сократит потери рабочего времени,

а оплата штрафов, в свою очередь, будет экономически выгодна для предприятия.

Другим эффективным способом решения данной проблемы является развитие у сотрудников навыков самоорганизации и рационального использования рабочего времени посредством курсов повышения квалификации. Данные курсы должны затрагивать такие аспекты, как тайм-менеджмент, управление стрессом, организационные принципы распорядка дня, повышение эффективности труда. Поэтому целесообразно отправлять на эти курсы представителей руководящего состава.

Таким образом, для выхода на международный рынок санаторно-курортным организациям Беларуси следует уделить внимание в том числе организации рабочего времени сотрудников, которая является неотъемлемой частью управленческого процесса.

Литература

1. *Бондаренко, Г. А.* Проблемы управления санаторно-курортными организациями Республики Беларусь / Г. А. Бондаренко // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 19–20 мая 2016 г.) : в 2 т. — Минск : БГЭУ, 2016. — Т. 2. — С. 96.

О.Н. Тепун
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Ф. Волонцевич — канд. экон. наук, доцент

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Как известно, конкуренция в ресторанном бизнесе является особенно жесткой, и именно поэтому руководству ресторана необходимо сделать все, чтобы услуги заведения пользовались максимальным спросом. Огромную роль при этом играет SMM-менеджмент, все быстрее набирающий обороты. Популярны социальные сети Twitter, Facebook, Instagram и «ВКонтакте» обладают возможностями, способными значительно повлиять на жизнь заведения. Предлагаем разобраться в способах «раскрутки» ресторана или кафе, их преимуществах и недостатках, а также обсудить наиболее эффективные из них.

Facebook-маркетинг (также «ВКонтакте»-маркетинг). Пользователи этих социальных сетей совершают ряд действий: общаются друг с другом, назначают встречи. Весьма уместно разместить рекламу о месте, в котором встреча могла бы состояться. Для Facebook-маркетинга большую роль играет фотография обложки сообщества заведения, на которой можно поместить изображения блюд, фото посетителей, новинки меню. Также уместно пользоваться геопозицией и вкладками меню,