

- нормативно-правовое обеспечение международной туристской деятельности, упрощение пограничных формальностей и проведение эффективной ценовой политики, стимулирующей расширение въездных туристских потоков;
- систематизация национальных туристских ресурсов и инвентаризация материально-технической базы туризма в республике, привлечение внутренних и внешних инвестиций в их сохранение и расширенное воспроизводство;
- разработка диверсифицированных программ обслуживания иностранных посетителей с учетом особенностей спроса на мировом туристском рынке;
- активное продвижение национального туристского продукта Беларуси на внешних рынках, организационная и рекламно-информационная поддержка деятельности туристских предприятий-экспортеров;
- кадровое и научно-исследовательское обеспечение туристских программ, появление периодического научного издания по туристской проблематике.

А. Н. Решетникова

Белорусский государственный университет (Минск)

О РОЛИ АКВАТОРИАЛЬНОГО ЗОНИРОВАНИЯ В РЕКРЕАЦИОННОМ ВОДОПОЛЬЗОВАНИИ

Организация рекреационной деятельности в Беларуси тесно связана с использованием водных объектов. Возможность реализации широкого набора рекреационных занятий на воде в сочетании с комплексом таких благоприятных факторов, как микроклиматический комфорт, эстетическое воздействие береговых ландшафтов приводит к активному использованию побережий водоемов и водотоков в целях отдыха.

Современные тенденции рекреационной деятельности оказывают влияние на характер рекреационного водопользования. В связи с недоступностью традиционных районов отдыха в бывшем СССР возросла доля отдыхающих в пределах республики. Так, с начала 1990-х гг. отмечается значительный рост неорганизованных рекреационных потоков в курортно-рекреационных зонах Белорусского Поозерья (в 1,3—1,5 раза в зоне Браславских озер). Туристская привлекательность водных рекреационных систем экологически чистых районов будет расти и в связи с потерей рекреационных территорий в результате аварии на ЧАЭС. Современное состояние рекреационного фонда озер и водохранилищ республики характеризует показатель удельной обеспеченности населения условиями для отдыха с использованием водоемов.

Высокими показателями обеспеченности рекреационной акваторией характеризуются лишь Витебская и Брестская области. При этом реально для организации отдыха могут использоваться лишь 10 % их фонда, комфортные для отдыха и свободные от ведомственных ограничений.

Одной из важных проблем эффективного рекреационного использования водоемов является выявление и оценка противоречий между отдельными видами отдыха и поиски путей их решения. Анализ данных показывает, что каждый вид рекреационных занятий характеризуется определенным уровнем совместимости по отношению к другим видам. Особенно сильные противоречия с другими участниками рекреационного водопользования возникают у подводной охоты, воднолыжного и водномоторного спорта. Для устранения возникающих противоречий необходим дифференцированный подход к рекреационному освоению участков акваторий и побережий применительно к различным видам отдыха. В связи с этим представляется актуальной дальнейшая разработка идеи акваториального зонирования, выдвинутая профессором А.Б. Авакяном. Суть ее заключается в организации рекреационного использования отдельных участков водоема в соответствии с их природно-рекреационными характеристиками и структурой рекреационных занятий. Она может осуществляться в результате пространственно-функциональных и временных разграничений использования водоема для различных видов отдыха.

Пространственно-функциональное зонирование на практике осуществляется посредством планировочных мероприятий. Рекреационное акваториальное зонирование может также осуществляться в территориально-временном аспекте, ограничивая проведение шумных (водномоторный спорт, водные лыжи, купание) и тихих (ка-

тание на лодках, рыбная ловля) видов рекреационных занятий, разграничив их определенным временным интервалом. Рекреационное зонирование акватории будет способствовать рациональному размещению и сочетанию форм и видов отдыха в пределах акватории.

А.В. Рейт

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ КАК СПОСОБЫ УСИЛЕНИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРОВ

У менеджера, работающего в туризме, есть одно очень существенное преимущество перед продавцами других “магазинов”, он предлагает отдых. Но сколько людей, столько и отношений к отдыху. Каждый любит делать это по-своему. Поэтому доверие потенциального клиента к менеджеру становится одним из главных условий успешной работы турфирмы.

Чтобы заслужить это доверие, менеджер должен уметь владеть различными способами воздействия на клиентов. Методов психологического воздействия очень много, но более важными можно считать экологические способы (информационно-психологические, психогенные, психотропные, НЛП), так как манипулирование людьми против их желания может дать неожиданно обратный результат.

Применение методов психологического воздействия менеджерами турфирм позволит значительно улучшить результаты практической деятельности предприятия. Например, использование одного из средств психотропного метода воздействия — запаха — значительно увеличивает объем продаж. Запах в офисе лаванды, ромашки, лимона, сандалового дерева ослабляет активность головного мозга, тем самым усиливая эмоциональную зависимость от менеджера по продаже. Запах жасмина, розы, мяты, гвоздики возбуждает клетки серого вещества головного мозга и действует на человека еще мощнее, чем крепко заваренный кофе.

Способ психогенного воздействия через цвет на психофизическое и эмоциональное состояние человека также способствует улучшению результатов практической деятельности турфирмы. Например, известно, что людям со слабой нервной системой нравятся красные и желтые цвета, которые относятся к группе возбуждающих, и наоборот, людям с сильной нервной системой нравятся зеленые и синие цвета, которые относятся к группе успокаивающих.

Вышеперечисленные методы конкретно направлены на то, чтобы повлиять на качество руководства сегодня, чтобы поддержать лидеров бизнеса, которые хотят сделать жизнь такой, какую они могли бы с гордостью оставить детям. Эти методы могут быть применены в следующих направлениях работы менеджера: управление взаимоотношениями, личное мастерство продаж, мастерство команды и т.д.

Например, НЛП — это процесс, позволяющий распознать “как” делается что-то для того, чтобы добиться результатов. Финансовую, целевую или проблемные стороны бизнеса в туризме все труднее и труднее предсказывать в глобально изменяющемся окружении. Реально можно управлять лишь тем, “как” мы реагируем на какие-то обстоятельства.

НЛП — это способ изучения новых альтернатив, которые изменяют манеру поведения, и, как результат, изменяют влияние менеджера в турбизнесе на окружающий мир в целом. НЛП — это база для развития турбизнеса и персонала, так как чтобы изменить турбизнес необходимо изменить стиль того, кто им управляет. Личное развитие есть бизнес-развитие. Успех приходит изнутри. Уже прочно укоренилось мнение, что будущим в турбизнесе будут управлять команды лидеров, а НЛП — это способ управлять процессом роста и развития. Жизнь менеджера и его работа являются идеальным результатом того, кем он является на самом деле.

Поэтому так актуальна сегодня подготовка не просто руководителей, а лидеров. В БГЭУ в ВШТ уже проводится работа в этом направлении. Со студентами стационара в пределах учебного плана изучаются и развиваются лидерские качества путем проведения тренинговых занятий. Однако этого явно не достаточно. Назрела потребность в проведении факультативных занятий в этом направлении.

Все мы уникальны — в том, как думаем, как видим, как воспринимаем. То, что человек испытывает вокруг себя, есть результат его существования. Если менеджера любят и уважают, ищут его совета, то это обратная связь того, как сам менеджер относится к окружающим людям.